

**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 interesus, saugoti sąžiningos konkurencijos laisvę bei sudaryti sąlygas reklaminei veiklai plėtoti.

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

3. Jeigu kiti Lietuvos Respublikos įstatymai nustato papildomų ar kitų reklamos naudojimo reikalavimų arba draudimų, taikomos tų įstatymų nuostatos. Jeigu Lietuvos Respublikos tarptautinės sutartys nustato kitokių reklamos naudojimo reikalavimų, taikomos tų sutarčių nuostatos.

4. Reklaminės veiklos subjektams atstovaujančios reklamos savitvarkos institucijos turi teisę savanoriškai reglamentuoti ir kontroliuoti savo narių naudojamą reklamą, nustatydamos galiojantiems teisės aktams neprieštaraujančias taisykles.

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

2 straipsnis. Pagrindinės šio įstatymo sąvokos

1. **Asmuo** – juridinis ar fizinis asmuo, taip pat juridinio asmens teisių neturinti įmonė.

2. **Ekonominis elgesys** – reklamos vartotojų sprendimai ar veiksmai, susiję su prekių ar paslaugų įsigijimu, komercine-ūkiine, finansine ar profesine veikla.

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

4. **Klaidinanti reklama** – reklama, kuri bet koku 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.

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

6. **Paslėpta reklama** – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija apie gamintoją ar paslaugos teikėją, jo pavadinimą ar veiklą, prekės ar paslaugos 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 apmokama ar kitaip atsilyginama.

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

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

9. **Reklamos gamintojas** – reklamos gamybos paslaugas teikiantis asmuo.

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

11. **Reklaminės veiklos subjektas** – reklamos davėjas, gamintojas, tarpininkas ar skleidėjas.

12. **Reklamos savitvarkos institucija** – reklaminės veiklos subjektų įsteigta savanoriškos kontrolės institucija, kuri vadovaujasi šiuo ir kitais įstatymais, reglamentuojančiais reklaminę veiklą, taip pat savo patvirtintomis taisyklėmis (kodeksu).

13. **Reklamos skleidėjas** – bet kokiomis informacijos perteikimo priemonėmis reklamą skleidžiantis asmuo.

14. **Reklamos tarpininkas** – asmuo, tarpininkaujantis užsakant reklamos skleidimo arba reklamos gamybos ir skleidimo paslaugas.

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

16. **Žymuo** – ženklas, kurio paskirtis yra atskirti vienam asmeniui priklausančias prekes nuo kitam asmeniui priklausančių prekių arba vieno asmens teikiamas paslaugas nuo kito asmens teikiamų paslaugų.

ANTRASIS SKIRSNIS REKLAMOS PRINCIPAI IR BENDRIEJI REIKALAVIMAI

3 straipsnis. Reklamos principai

Reklama turi būti:

- 1) padori ir teisinga;
- 2) aiškiai atpažįstama.

4 straipsnis. Reikalavimai reklamai

1. Rašytiniam ir garsiniam reklamos tekstui taikomi 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 bei diskriminacija, taip pat šmeižiama ar dezinformuojama;
- 4) skatinama prievarta, agresija, keliami panika;
- 5) skatinamas elgesys, keliantis grėsmę sveikatai, saugumui ir aplinkai;
- 6) piktnaudžiaujama prietaisais, 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.

5 straipsnis. Klaidinanti reklama

1. Draudžiama naudoti klaidinančią reklamą.

2. Kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, atsižvelgiama į jos teisingumą, išsamumą 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 reklamos vartotojų suklaidinimui išvengti;

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

3. Kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, ypač reikia atsižvelgti į joje esančią informaciją apie:

1) reklamos davėją ar kitą asmenį, veiklą, buveinę, firmos vardą, prekės ar paslaugos ženklą, autorių teises ir gretutines teises, patentus, licencijas;

2) prekes ar paslaugas, jų gamybos vietą ar kilmę, pagaminimo laiką, gamybos būdą, paskirtį, kiekį, sudėtį, energetinę vertę, vartojamąsias savybes, kaip atitinka paskirtį ir vartojimo (naudojimo) tinkamumą, patikros laiką, vietą, būdą bei įvertinimus, vartojimo (naudojimo) būdą, ar atitinka nustatytą standartą, sertifikavimą, oficialų prekės pripažinimą ir apdovanojimą mugėse, parodose;

3) prekių (paslaugų) įsigijimo ir vartojimo (naudojimo) sąlygas – kainą ar jos apskaičiavimo būdą, mokėjimo sąlygas, garantijas, pristatymo, keitimo, remonto, aptarnavimo, grąžinimo sąlygas.

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

6 straipsnis. Lyginamoji reklama

1. Lyginamoji reklama leidžiama, jei:

1) ji nėra klaidinanti;

2) joje lyginamos prekės ar paslaugos, kurios tenkina tuos pačius poreikius ar skirtos tiems patiems tikslams;

3) joje objektyviai lyginamos viena ar daugiau esminių, tikrinamų ir būdingų prekių ar paslaugų savybių, taip pat gali būti lyginama ir kaina;

4) neklaidina vartotojo dėl reklamos davėjo ir jo konkurento, taip pat reklamos davėjo ir jo konkurento prekių ar paslaugų, jų prekių ar paslaugų ženklų, firmų vardų, kitų žymenų tapatumo;

5) nediskredituoja ir nemenkina konkurento prekių, paslaugų, jo prekių ar paslaugų ženklų, firmos vardo, kitų žymenų, veiklos, jo teisinės, finansinės ar kitokios padėties;

6) prekės, turinčios kilmės žymenį, lyginamos tik su prekėmis, turinčiomis tą patį kilmės žymenį;

7) nesiekama nesąžiningai pasinaudoti konkurento prekės ženklu, firmos vardu, prekės kilmės ar kitų žymenų reputacija;

8) nepateikia prekių ar paslaugų, kurios turi prekės ar paslaugos ženklo ar prekės pavadinimo apsaugą, imitacijų ar kopijų.

2. Jeigu lyginamojoje reklamoje pateikiamas konkretus pasiūlymas, turi būti aiškiai nurodyta pasiūlymo galiojimo pabaigos data, o jeigu reikalinga, turi būti nurodyta, kad šis pasiūlymas priklauso nuo turimų prekių kiekio ar paslaugų suteikimo galimybių. Jei tokios reklamos paskelbimo metu pasiūlymas dar negalioja, būtina nurodyti jo įsigaliojimo datą.

7 straipsnis. Reklama ir vaikai

Reklamoje draudžiama daryti žalingą moralinį ir fizinį poveikį vaikams:

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

2) tiesiogiai kviesti vaikus daryti poveikį tėvams ar kitiems asmenims, kad šie nupirktų reklamuojamų prekių ar paslaugų, taip pat tiesiogiai skatinti vaikus pirkti prekių ar paslaugų, pasinaudojant jų nepatyrimu ir patiklumu;

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

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

8 straipsnis. Reklamos atpažįstamumas

Reklama turi būti aiškiai atpažįstama pagal pateikimo formą. Jei tikėtina, kad reklamos vartotojai visuomenės informavimo priemonėje skleidžiamos reklamos dėl jos pateikimo formos gali neatpažinti, tokia reklama turi būti pažymėta žodžiu „Reklama“. Paslėpta reklama draudžiama.

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

Reklama, skleidžiama bet kokia forma ir bet kokiomis 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.

TREČIASIS SKIRSNIS

REIKALAVIMAI REKLAMAI, SKLEIDŽIAMAI ATSKIROMIS REKLAMOS PERTEIKIMO PRIEMONĖMIS

10 straipsnis. Reklama televizijos programose

Reikalavimus reklamai televizijos programose nustato šis ir Visuomenės informavimo įstatymas.

11 straipsnis. Reklama kino teatruose ir videosalėse

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

12 straipsnis. Išorinė reklama

1. Draudžiama įrengti išorinę reklamą:

1) automobilių keliuose ir jų sanitarinės apsaugos zonose, taip pat gatvėse ir prie jų, jeigu ji gali užstoti technines eismo reguliavimo priemones, kelio ženklus, pabloginti matomumą, akinti eismo dalyvius, atitraukti jų dėmesį, tuo keliant pavojų eismo dalyviams, taip pat draudžiama naudoti reklamą, imituojančią kelio ženklus;

2) ant skulptūrų ir paminklų;

3) neturint žemės, statinių ar kitų objektų, ant kurių ji įrengiama, savininko sutikimo.

2. Reklama saugomose teritorijose bei nekilnojamosiose kultūros vertybėse ir jų teritorijose leidžiama tik suderinus su valstybės įstaiga, atsakinga už kultūros vertybių apsaugą, bei saugomos teritorijos steigėjo įgaliota įstaiga.

3. Išorinės reklamos įrengimo taisyklės tvirtina Vyriausybės įgaliota institucija.

13 straipsnis. Reikalavimai reklamai, skleidžiamai kitomis reklamos perteikimo priemonėmis

1. Reklama telefonu, telefaksu, teleksu, elektroniniu paštu gali būti teikiama tik reklamos vartotojo sutikimu ar 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 gydomąsias ar nuo ligų saugančias savybes, jei nėra Sveikatos apsaugos ministerijos nustatyta tvarka išduoto šią informaciją patvirtinančio specialios paskirties maisto produkto registravimo pažymėjimo;

2) nurodyti, kad koks nors maistas turi ypatingų savybių, jeigu iš tikrųjų tokiomis savybėmis pasižymi visi panašūs gaminiai.

2. Motinos pieno pakaitalų reklama leidžiama tik sveikatos priežiūros specialistams skirtuose leidiniuose ir Lietuvos Respublikos teisės aktų nustatyta tvarka ant šių prekių pakuočių.

15 straipsnis. Sveikatos priežiūros paslaugų reklama

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

16 straipsnis. Ginklų ir šaudmenų reklama

Tarnybinių ir kovinių ginklų bei šaudmenų reklama leidžiama tik jų prekybos vietose, specializuotose parodose ar mugėse bei specialistams skirtuose leidiniuose.

PENKTASIS SKIRSNIS REKLAMOS KONTROLĖ

17 straipsnis. Reklamos kontrolės institucijos ir įstaigos

1. Šio įstatymo nustatytų reklamos naudojimo draudimų ir reikalavimų įgyvendinimą kontroliuoja Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba bei jos įgalios valstybės įstaigos, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba), vietos savivaldos vykdomosios institucijos ir valstybės įstaiga, atsakinga už kultūros vertybių apsaugą, bei saugomos teritorijos steigėjo įgaliota įstaiga.

2. Konkurencijos taryba kontroliuoja, ar reklama nėra klaidinanti, ir lyginamąją reklamą; vietos savivaldos vykdomosios institucijos ir valstybės įstaiga, atsakinga už kultūros vertybių apsaugą, bei saugomos teritorijos steigėjo įgaliota įstaiga – kaip laikomasi išorinės reklamos įrengimo taisyklių; Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba bei jos įgalios valstybės įstaigos – kitų šio įstatymo nustatytų draudimų ir reikalavimų įgyvendinimą.

3. Šio straipsnio 1 dalyje nurodytos institucijos ir įstaigos, kontroliuodamos reklamos naudojimą, bendradarbiauja su reklamos savitvarkos institucijomis.

18 straipsnis. Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos įgaliotų valstybės įstaigų teisės

1. Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos įgalios valstybės įstaigos, kontroliuodamos reklamą, turi teisę:

1) gauti iš valstybės ir savivaldybių institucijų bei įstaigų, kitų asmenų šio įstatymo pažeidimo tyrimui reikalingą informaciją bei dokumentus;

2) gauti iš reklaminės veiklos subjektų informaciją ir dokumentus, o prireikus ir reklamuojamų prekių pavyzdžius, reikalingus šio įstatymo pažeidimo tyrimui. Ištyrus pažeidimą, o jeigu Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos sprendimas buvo apskųstas teismui, – įsiteisėjus teismo sprendimui, reklamuojamų prekių pavyzdžiai ir dokumentai grąžinami reklaminės veiklos subjektams;

3) reikalauti, kad reklaminės veiklos subjektai ar jų vadovai bei kiti už reklamos naudojimą atsakingi asmenys atvyktų ir duotų žodinių ar rašytinių paaiškinimų;

4) įpareigoti reklaminės veiklos subjektus nutraukti šio įstatymo nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą;

5) įspėti reklaminės veiklos subjektus, kad, per Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos nustatytą laiką nenutraukus šio įstatymo nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimo, bus skiriamos 22 straipsnyje nustatytos baudos;

6) įstatymų nustatytais atvejais skirti baudas.

2. Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos bei jos įgaliotų valstybės įstaigų darbuotojams draudžiama atskleisti jiems patikėtą reklaminės veiklos subjektų komercinę paslaptį, išskyrus įstatymų nustatytus atvejus.

19 straipsnis. Konkurencijos tarybos teisės ir pareigos kontroliuojant reklamą

1. Konkurencijos tarybos teisės ir pareigas kontroliuojant, ar reklama nėra klaidinanti, ir lyginamąją reklamą nustato šis įstatymas ir Konkurencijos įstatymas.

2. Konkurencijos taryba, be Konkurencijos įstatymo nustatytų teisių, taip pat turi teisę:

1) priimti sprendimą dėl reklamos pripažinimo klaidinančia;

2) gavusi Aukštesniojo administracinio teismo teisėjo sankciją, Konkurencijos įstatymo nustatyta tvarka laikinai, kol bus priimtas galutinis Konkurencijos tarybos sprendimas, uždrausti skleisti reklamą, jeigu yra pakankamai duomenų, kad paskleista ar numatoma paskleisti reklama gali būti pripažinta klaidinančia ir padarytų kitiems ūkio subjektams ar visuomenės interesams esminės žalos ar susidarytų nepataisomos pasekmės;

3) įpareigoti reklaminės veiklos subjektus nutraukti klaidinančios reklamos naudojimą;

4) įspėti reklaminės veiklos subjektus, kad, per Konkurencijos tarybos nustatytą laiką nenutraukus klaidinančios reklamos naudojimo, bus skiriamos 22 straipsnyje nustatytos baudos;

5) įpareigoti reklaminės veiklos subjektus, kurių reklama pripažinta klaidinančia, ją paneigti;

6) taikyti sankcijas šio bei Konkurencijos įstatymų nustatytais atvejais.

ŠEŠTASIS SKIRSNIS

ATSAKOMYBĖS UŽ REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS TAIKymo TVARKA

20 straipsnis. Atsakomybė už šio įstatymo pažeidimus

1. Reklaminės veiklos subjektai, pažeidę šio įstatymo reikalavimus, atsako šio ir kitų įstatymų nustatyta tvarka.

2. Fiziniais asmenimis už šio įstatymo pažeidimus taikoma įstatymų nustatyta administracinė atsakomybė.

21 straipsnis. Atsakomybės už klaidinančios reklamos naudojimą ypatumai

1. Reklamos davėjas atsako už klaidinančios reklamos naudojimą, jeigu jis neįrodo, kad šis įstatymas buvo pažeistas ne dėl jo kaltės.

2. Reklamos gamintojas, tarpininkas ar skleidėjas atsako už klaidinančios reklamos naudojimą tik tuo atveju, jei žinojo ar turėjo žinoti, kad naudojama klaidinanti reklama arba klaidinimas įvyko dėl jo veiksmų gaminant ar skelbiant reklamą, arba reklamos gamintojas, tarpininkas ar skleidėjas negali pateikti įrodymų, leidžiančių nustatyti reklamos davėją (gamintoją).

22 straipsnis. Baudos

1. Už klaidinančios reklamos naudojimą reklaminės veiklos subjektams skiriama bauda nuo penkių tūkstančių iki dvidešimt tūkstančių litų.

2. Už Konkurencijos tarybos laikino draudimo skleisti reklamą nevykdymą arba įpareigojimo paneigti klaidinančią reklamą nevykdymą ar netinkamą jo vykdymą reklaminės veiklos subjektams skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki dvidešimties tūkstančių litų.

3. Už Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos bei jos įgaliotų valstybės įstaigų reikalavimo pateikti informaciją ir dokumentus, o prireikus – ir reklamuojamų prekių

pavyzdžius, reikalingus šio įstatymo pažeidimo tyrimui, nevykdymą ar netinkamą jo vykdymą reklaminės veiklos subjektams skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki dešimties tūkstančių litų.

4. Už šio įstatymo 9 straipsnyje uždraustos reklamos naudojimą reklaminės veiklos subjektams skiriama bauda nuo penkių tūkstančių iki dvidešimties tūkstančių litų.

5. Už šio įstatymo 6 straipsnyje nustatytų reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki penkiolikos tūkstančių litų.

6. Už šio įstatymo 7, 8, 11, 13, 14, 15, 16 straipsniuose nustatytų reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki dešimties tūkstančių litų.

7. Konkurencijos taryba, nustačiusi, kad naudojama klaidinanti reklama, šio įstatymo 9 straipsnyje uždrausta reklama ar nesilaikoma šio straipsnio 5 ir 6 dalyse nurodytuose straipsniuose nustatytų reikalavimų, įpareigoja reklaminės veiklos subjektus nutraukti tokios reklamos naudojimą.

8. Šio straipsnio 2, 3 ir 4 dalyse išvardyti Reklamos įstatymo pažeidimai laikomi piktybiniais ir bauda už šiuos pažeidimus skiriama be įspėjimo. Bauda be įspėjimo skiriama ir tuo atveju, kai reklaminės veiklos subjektas po įpareigojimo nutraukti reklamos naudojimą jį atnaujiną pažeisdamas įpareigojimą.

9. Bauda už klaidinančios reklamos naudojimą, taip pat bauda už šio straipsnio 5 ir 6 dalyse nurodytuose straipsniuose nustatytų reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymą skiriama tik tuo atveju, jei reklaminės veiklos subjektai po įspėjimo nesilaiko įpareigojimo jį nutraukti.

10. Šiame straipsnyje numatytų baudų dydis priklauso nuo reklamos naudojimo reikalavimų pažeidimo pobūdžio, atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių.

11. Atsakomybę lengvinančia aplinkybe laikoma tai, kad reklaminės veiklos subjektas, padaręs pažeidimą, savo noru užkirto kelią žalingoms pažeidimo pasekmėms, padėjo reklamos kontrolės institucijoms tyrimo metu, atlygino nuostolius ar pašalino padarytą žalą.

12. Atsakomybę sunkinančia aplinkybe laikoma tai, kad reklaminės veiklos subjektas kliudė vykdyti tyrimą, tęsė pažeidimą, nepaisydamas įpareigojimo jį nutraukti, jei reklamos vartotojams ar kitiems asmenims buvo padaryta žala arba pakartotinai per metus padarytas tokios pačios rūšies pažeidimas, už kurį reklaminės veiklos subjektui buvo paskirta bauda.

13. Bauda gali būti skiriama ne vėliau kaip per vienerius metus nuo reklamos skleidimo paskutinės dienos, o šio straipsnio 2 ir 3 dalyse nustatytais atvejais – nuo reklamos kontrolės institucijos ar valstybės įstaigos sprendimo priėmimo dienos.

14. Šiame straipsnyje nustatytos baudos fiziniams asmenims netaikomos.

23 straipsnis. Reklamos įstatymo pažeidimų nagrinėjimo tvarka

1. Šio įstatymo 22 straipsnio 1, 2, 5 dalyse nurodytus pažeidimus tiria ir nagrinėja Konkurencijos taryba. Pažeidimų tyrimo ir nagrinėjimo tvarką bei Konkurencijos tarybos nutarimų vykdymo ir apskundimo tvarką nustato Konkurencijos įstatymas.

2. Šio įstatymo 22 straipsnio 3, 4 ir 6 dalyse numatytus pažeidimus nagrinėja ir už juos skiria baudas Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba šio straipsnio nustatyta tvarka.

3. Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos įgaliotų valstybės įstaigų darbuotojai dėl šio įstatymo pažeidimo surašo Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos nustatytos formos protokolą ir atlieka tyrimą. Baigę tyrimą, ne vėliau kaip per 30 dienų bylą su išvadomis ir pasiūlymais perduoda nagrinėti Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybai.

4. Kai Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba nagrinėja bylą dėl pažeidimo, gali dalyvauti pažeidėjas, jo atstovas, kurie turi teisę susipažinti su surinkta medžiaga, duoti paaiškinimų, pateikti prašymų. Pažeidėjo, jo atstovo, jeigu jie buvo laiku informuoti apie pažeidimo bylos nagrinėjimo vietą ir laiką, neatvykimas bylos nagrinėti nekliudo.

5. Kai Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba išnagrinėja bylą dėl šio įstatymo pažeidimo, priimamas sprendimas, kuriame nurodoma priėmusios sprendimą valstybės įstaigos

pavadinimas, pažeidimo nagrinėjimo data ir vieta, pažeidėjo duomenys, pažeidimo aplinkybės, šio įstatymo straipsnis, nustatantis atsakomybę už pažeidimą, taip pat priimtas sprendimas.

24 straipsnis. Baudų išieškojimas

1. Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos paskirta bauda į valstybės biudžetą sumokama ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo dienos, kurią šio įstatymo pažeidėjas gavo sprendimą dėl baudos paskyrimo.

2. Nesumokėta bauda išieškoma Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodekso nustatyta tvarka.

25 straipsnis. Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos sprendimų apskundimas

1. Reklaminės veiklos subjektai per 20 dienų nuo Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos, įpareigojusios nutraukti reklamos naudojimą ar paskyrusios baudą, sprendimo gavimo dienos gali šį sprendimą apskųsti teismui Administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

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

26 straipsnis. Teisių gynimas

1. Asmenys, kurių teisės bei 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 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 bei reklamos savitvarkos institucijos.

SEPTINTASIS SKIRSNIS BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

27 straipsnis. Įstatymo įsigaliojimas

Šis įstatymas, išskyrus 28 straipsnį, įsigalioja nuo 2001 m. sausio 1 d.

28 straipsnis. Pasiūlymai Vyriausybei

1. Vyriausybė per 3 mėnesius nuo šio įstatymo priėmimo parengia ir pateikia Seimui Lietuvos Respublikos administracinių teisės pažeidimų kodekso papildymo bei Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodekso papildymo įstatymų projektus.

2. Vyriausybė ar jos įgaliota institucija per 3 mėnesius nuo šio įstatymo įsigaliojimo patvirtina Reklamos įstatymą įgyvendinančius teisės aktus.

3. Kol bus įsteigta Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba, šiuo įstatymu jai nustatyta reklamos naudojimo kontrolę vykdo Vyriausybės įgaliota institucija.

Skelbiu šį Lietuvos Respublikos Seimo priimtą įstatymą.