



LIETUVOS RESPUBLIKOS
REKLAMOS

•STATYMAS

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

PIRMASIS SKIRSNIS
BENDROSIOS NUOSTATOS

1 straipsnis. •statymo paskirtis ir taikymas

1. Šio •statymo tikslas - gerinti vartotoj• informavim• apie prekes ir paslaugas, ginti vartotoj• interesus, saugoti s•žiningos konkurencijos laisv• bei sudaryti s•lygas reklaminei veiklai pl•toti.

2. Šis •statymas nustato reklamos naudojimo reikalavimus, reklamin•s veiklos subjekt• atsakomyb• bei reklamos naudojimo kontrol•s Lietuvos Respublikoje teisinius pagrindus.

3. Jeigu kiti Lietuvos Respublikos •statymai nustato papildom• ar kit• reklamos naudojimo reikalavim• arba draudim•, taikomos t• •statym• nuostatos. Jeigu Lietuvos Respublikos tarptautin•s sutartys nustato kitoki• reklamos naudojimo reikalavim•, taikomos t• sutar•i• nuostatos.

4. Reklamin•s veiklos subjektams atstovaujan•ios reklamos savitvarkos institucijos turi teis• savanoriškai reglamentuoti ir kontroliuoti savo nari• naudojam• reklam•, nustatydamos galiojantiems teis•s aktams neprieštarujan•ias taisykles.

5. Šis •statymas nereglementuoja politin•s ir socialin•s reklamos bei skelbim•, nesusijusi• su komercine-•kine, finansine ar profesine veikla.

2 straipsnis. Pagrindin•s šio •statymo s•vokos

1. **Asmuo** - juridinis ar fizinis asmuo, taip pat juridinio asmens teisi• neturinti •mon•.

2. **Ekonominis elgesys** - reklamos vartotoj• sprendimai ar veiksmai, susij• su prekii• ar paslaug• •sigijimu, komercine-•kine, 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, skaitant ir jos pateikimo būdu, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti jų ekonominę 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, prekęs 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, finansine ar profesine veikla, skatinanti sigyti prekių ar naudotis paslaugomis, skaitant nekilnojamojo turto sigijimą, turtinė teisių ir sipareigojimų 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 sklaidimą.

11. **Reklaminės veiklos subjektas** - reklamos davėjas, gamintojas, tarpininkas ar sklaidėjas.

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

13. **Reklamos sklaidėjas** - bet kokiomis informacijos perteikimo priemonėmis reklamą sklaidžiantis asmuo.

14. **Reklamos tarpininkas** - asmuo, tarpininkaujantis užsakant reklamos sklaidimo arba reklamos gamybos ir sklaidimo paslaugas.

15. **Reklamos vartotojas** - asmuo, kuriam skiriama arba kur gali pasiekti reklama.

16. **Žymuo** - ženklas, kurio paskirtis yra atskirti vienam asmeniui priklausanias prekes nuo kitam asmeniui priklausanias prekes arba vieno asmens teikiamas paslaugas nuo kito asmens teikiamas paslaugas.

ANTRASIS SKIRSNIS

REKLAMOS PRINCIPAI IR BENDRIEJI REIKALAVIMAI

3 straipsnis. Reklamos principai

Reklama turi būti:

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

4 straipsnis. Reikalavimai reklamai

1. Rašytiniam ir garsiniam reklamos tekstui taikomi Valstybinės kalbos statymo nustatyti reikalavimai.

2. Reklama draudžiama, jeigu joje:

- 1) pažeidžiami visuomenės moralės principai;
- 2) žeminama žmogaus garbė ir orumas;
- 3) kurstoma tautinė, rasinė, religinė, lytinė 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 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 pasamonių veikiančios priemonės ir technologijos;
- 9) panaudota reklaminė medžiaga yra parengta pažeidžiant autorių teises, 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 pateiktam teiginiui teisingumą pagrindžiančių duomenų, sprendžiama atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį. Pateiktam teiginiui 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 pateiktą informaciją, būtina reikalingas reklamos vartotojų suklaudinimui 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 davėjo ar kitų asmenų, veiklių, buveinių, firmos vardų, prekių ar paslaugos ženklų, autorių teisių ir gretutines teises, patentus, licencijas;

2) prekes ar paslaugas, jų gamybos vietas ar kilmą, pagaminimo laiką, gamybos būdą, paskirtį, kiekį, sudėtį, energetinį vertę, vartojamąsias savybes, kaip atitinka paskirtį ir vartojimo (naudojimo) tinkamumą, patikros laiką, vietas, būdus bei vertinimus, vartojimo (naudojimo) būdą, ar atitinka nustatytą standartą, sertifikavimą, oficialių prekių pripažinimą ir apdovanojimą mugėse, parodose;

3) prekių (paslaugų) sigijimo 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 pateiktą teiginį 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 teisiškas, finansines ar kitokias padėtis;

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

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

8) nepateikia prekių ar paslaugų, kurios turi prekių ar paslaugų ženklo ar prekių pavadinimo apsaugą, imitaciją ar kopiją.

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 išgaliojimo 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 atpažstama 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. Statymų 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 statymų uždrausta ar neteisėta;
- 2) prekes ar paslaugas, kurių gamyba ir (ar) pardavimas (teikimas) yra statymų uždrausti.

TREČIASIS SKIRSNIS

REIKALAVIMAI REKLAMAI, SKLEIDŽIAMAI ATSKIROMIS REKLAMOS PERTEIKIMO PRIEMONĖMIS

10 straipsnis. Reklama televizijos programose

Reikalavimus reklamai televizijos programose nustato šis ir Visuomenės informavimo statymas.

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 rengti 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 rengiama, savininko sutikimo.

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

3. Išorinės reklamos rengimo taisyklės tvirtina Vyriausybės tvirtinama institucija.

13 straipsnis. Reikalavimai reklamai, skleidžiamai kitomis reklamos pateikimo 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 ATSKIRAI 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 šios informacijos patvirtinamo specialios paskirties maisto produkto registravimo pažymėjimo;

2) nurodyti, kad koks nors maistas turi ypatingą savybę, jeigu iš tikrųjų tokiais 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, vaizdą, remtis sveikatos priežiūros valdymo institucija, sveikatos priežiūros specialistų ar jų profesinių organizacijų rekomendacijomis.

16 straipsnis. Ginklų ir šaudmenų reklama

Tarnybini• ir kovini• ginkl• bei šaudmen• reklama leidžiama tik j• prekybos vietose, specializuotose parodose ar mug•se bei specialistams skirtuose leidiniuose.

PENKTASIS SKIRSNIS REKLAMOS KONTROL•

17 straipsnis. Reklamos kontrol•s institucijos ir •staigos

1. Šio •statymo nustatyt• reklamos naudojimo draudim• ir reikalavim• •gyvendinim• kontroliuoja Nacionalin• vartotoj• teisi• apsaugos taryba bei jos •galios valstyb•s •staigos, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau - Konkurencijos taryba), vietos savivaldos vykdomosios institucijos ir valstyb•s •staiga, atsakinga už kult•ros vertybi• apsaug•, bei saugomos teritorijos steig•jo •galiota •staiga.

2. Konkurencijos taryba kontroliuoja, ar reklama n•ra klaidinanti, ir lyginam•j• reklam•; vietos savivaldos vykdomosios institucijos ir valstyb•s •staiga, atsakinga už kult•ros vertybi• apsaug•, bei saugomos teritorijos steig•jo •galiota •staiga - kaip laikomasi išorin•s reklamos •rengimo taisykli•; Nacionalin• vartotoj• teisi• apsaugos taryba bei jos •galios valstyb•s •staigos - kit• šio •statymo nustatyt• draudim• ir reikalavim• •gyvendinim•.

3. Šio straipsnio 1 dalyje nurodytos institucijos ir •staigos, kontroliuodamos reklamos naudojim•, bendradarbiauja su reklamos savitvarkos institucijomis.

18 straipsnis. Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybos •galios valstyb•s •staig• teis•s

1. Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybos •galios valstyb•s •staigos, kontroliuodamos reklam•, turi teis•:

1) gauti iš valstyb•s ir savivaldybi• institucij• bei •staig•, kit• asmen• šio •statymo pažeidimo tyrimui reikaling• informacij• bei dokumentus;

2) gauti iš reklamin•s veiklos subjekt• informacij• ir dokumentus, o prireikus ir reklamuojam• prek• pavyzdžius, reikalingus šio •statymo pažeidimo tyrimui. Ištyrus pažeidim•, o jeigu Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybos sprendimas buvo apsk•stas teismui, - •siteis•jus teismo sprendimui, reklamuojam• prek• pavyzdžiai ir dokumentai gr•žinami reklamin•s veiklos subjektams;

3) reikalauti, kad reklamin•s veiklos subjektai ar j• vadovai bei kiti už reklamos naudojim• atsakingi asmenys atvykt• ir duot• žodini• ar rašytini• paaiškinim•;

4) pareigoti reklaminės veiklos subjektus nutraukti šio statymo nustatytą reikalavimų neatitinkamos reklamos naudojimą;

5) spėti reklaminės veiklos subjektus, kad, per Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos nustatytą laiką nenutraukus šio statymo nustatytą reikalavimų neatitinkamos reklamos naudojimo, bus skiriamos 22 straipsnyje nustatytos baudos;

6) statymu nustatytais atvejais skirti baudas.

2. Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos bei jos galiotą valstybės staigdarbuotojams draudžiama atskleisti jiems patiktą reklaminės veiklos subjektą komerciniam paslaptį, išskyrus statymu 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 statymas ir Konkurencijos statymas.

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

1) priimti sprendimą dėl reklamos pripažinimo klaidinančia;

2) gavusi Aukštesniojo administracinio teismo teismo sankciją, Konkurencijos statymo 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 padaryti kitiems šio subjekto ar visuomenės interesams esminę žalą ar susidaryti nepataisomos pasekmės;

3) pareigoti reklaminės veiklos subjektus nutraukti klaidinančios reklamos naudojimą;

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

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

6) taikyti sankcijas šio bei Konkurencijos statymu nustatytais atvejais.

ŠEŠTASIS SKIRSNIS

ATSAKOMYBĖS UŽ REKLAMOS STATYMO 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. Fiziniam asmeniui 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 neparodo, 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 vyko dėl jo veiksmų gaminant ar skelbiant reklamą, arba reklamos gamintojas, tarpininkas ar skleidėjas negali pateikti rodymų, 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 pareigojimo 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 galiotų valstybės staigų 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 nustatytą reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki penkiolikos tūkstančių litų.

6. Už šio •statymo 7, 8, 11, 13, 14, 15, 16 straipsniuose nustatyt• reklamos naudojimo reikalavim• nesilaikym• reklamin•s veiklos subjektams skiriama bauda nuo vieno t•kstan•io iki dešimties t•kstan•i• lit•.

7. Konkurencijos taryba, nusta•iusi, kad naudojama klaidinanti reklama, šio •statymo 9 straipsnyje uždrausta reklama ar nesilaikoma šio straipsnio 5 ir 6 dalyse nurodytuose straipsniuose nustatyt• reikalavim•, •pareigoja reklamin•s veiklos subjektus nutraukti tokios reklamos naudojim•.

8. Šio straipsnio 2, 3 ir 4 dalyse išvardyti Reklamos •statymo pažeidimai laikomi piktybiniais ir bauda už šiuos pažeidimus skiriama be •sp•jimo. Bauda be •sp•jimo skiriama ir tuo atveju, kai reklamin•s veiklos subjektas po •pareigojimo nutraukti reklamos naudojim• j• atnaujina pažeisdamas •pareigojim•.

9. Bauda už klaidinan•ios reklamos naudojim•, taip pat bauda už šio straipsnio 5 ir 6 dalyse nurodytuose straipsniuose nustatyt• reklamos naudojimo reikalavim• nesilaikym• skiriama tik tuo atveju, jei reklamin•s veiklos subjektai po •sp•jimo nesilaiko •pareigojimo j• nutraukti.

10. Šiame straipsnyje numatyt• baud• dydis priklauso nuo reklamos naudojimo reikalavim• pažeidimo pob•džio, atsakomyb• lengvinan•i• ir sunkinan•i• aplinkybi•.

11. Atsakomyb• lengvinan•ia aplinkybe laikoma tai, kad reklamin•s veiklos subjektas, padar•s pažeidim•, savo noru užkirto keli• žalingoms pažeidimo pasekm•ms, pad•jo reklamos kontrol•s institucijoms tyrimo metu, atlygino nuostolius ar pašalino padaryt• žal•.

12. Atsakomyb• sunkinan•ia aplinkybe laikoma tai, kad reklamin•s veiklos subjektas kliud• vykdyti tyrim•, t•s• pažeidim•, nepaisydamas •pareigojimo j• nutraukti, jei reklamos vartotojams ar kitiems asmenims buvo padaryta žala arba pakartotinai per metus padarytas tokios pa•ios r•šies pažeidimas, už kur• reklamin•s veiklos subjektui buvo paskirta bauda.

13. Bauda gali b•ti skiriama ne v•liau kaip per vienerius metus nuo reklamos skleidimo paskutin•s dienos, o šio straipsnio 2 ir 3 dalyse nustatytais atvejais - nuo reklamos kontrol•s institucijos ar valstyb•s •staigos sprendimo pri•mimo dienos.

14. Šiame straipsnyje nustatytos baudos fiziniams asmenims netaikomos.

23 straipsnis. Reklamos •statymo pažeidim• nagrin•jimo tvarka

1. Šio •statymo 22 straipsnio 1, 2, 5 dalyse nurodytus pažeidimus tiria ir nagrin•ja Konkurencijos taryba. Pažeidim• tyrimo ir nagrin•jimo tvark• bei Konkurencijos tarybos nutarim• vykdymo ir apskundimo tvark• nustato Konkurencijos •statymas.

2. Šio •statymo 22 straipsnio 3, 4 ir 6 dalyse numatytus pažeidimus nagrin•ja ir už juos skiria baudas Nacionalin• vartotoj• teisi• apsaugos taryba šio straipsnio nustatyta tvarka.

3. Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybos •galiot• valstyb•s •staig• darbuotojai d•l šio •statymo pažeidimo surašo Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybos nustatytos formos protokol• ir atlieka tyrim•. Baig• tyrim•, ne v•liau kaip per 30 dien• byl• su išvadomis ir pasi•lymais perduoda nagrin•ti Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybai.

4. Kai Nacionalin• vartotoj• teisi• apsaugos taryba nagrin•ja byl• d•l pažeidimo, gali dalyvauti pažeid•jas, jo atstovas, kurie turi teis• susipažinti su surinkta medžiaga, duoti paaiškinim•, pateikti prašym•. Pažeid•jo, jo atstovo, jeigu jie buvo laiku informuoti apie pažeidimo bylos nagrin•jimo viet• ir laik•, neatvykimas bylos nagrin•ti nekliudo.

5. Kai Nacionalin• vartotoj• teisi• apsaugos taryba išnagrin•ja byl• d•l šio •statymo pažeidimo, priimamas sprendimas, kuriame nurodoma pri•musios sprendim• valstyb•s •staigos pavadinimas, pažeidimo nagrin•jimo data ir vieta, pažeid•jo duomenys, pažeidimo aplinkyb•s, šio •statymo straipsnis, nustatantis atsakomyb• už pažeidim•, taip pat priimtas sprendimas.

24 straipsnis. Baud• išieškojimas

1. Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybos paskirta bauda • valstyb•s biudžet• sumokama ne v•liau kaip per vien• m•nes• nuo dienos, kuri• šio •statymo pažeid•jas gavo sprendim• d•l baudos paskyrimo.

2. Nesumok•ta bauda išieškoma Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodekso nustatyta tvarka.

25 straipsnis. Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybos sprendim• apskundimas

1. Reklamin•s veiklos subjektai per 20 dien• nuo Nacionalin•s vartotoj• teisi• apsaugos tarybos, •pareigojusios nutraukti reklamos naudojim• ar paskyrusios baud•, sprendimo gavimo dienos gali š• sprendim• apsk•sti teismui Administracini• byl• teisenos •statymo nustatyta tvarka.

2. Kreipimasis • teism• nesustabdo sprendimo vykdymo, jeigu teismas nenustato kitaip.

26 straipsnis. Teisi• gynimas

1. Asmenys, kuri• teis•s bei •statym• saugomi interesai pažeidžiami naudojant šio •statymo draudžiam• reklam•, turi teis• •statym• nustatyta tvarka kreiptis • teism• su ieškiniu d•l:

- 1) reklamos naudojimo nutraukimo;
- 2) padarytos žalos atlyginimo;
- 3) •pareigojimo paskelbti vien• ar kelis konkretaus turinio ir formos pareiškimus, paneigian•ius klaidinan•i• reklam•.

2. Šio straipsnio 1 dalies 1 ir 3 punktuose nurodytas teises taip pat turi reklamin•s veiklos subjekt• ar vartotoj• interesams atstovaujan•ios organizacijos bei reklamos savitvarkos institucijos.

SEPTINTASIS SKIRSNIS BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

27 straipsnis. •statymo •sigaliojimas

Šis •statymas, išskyrus 28 straipsn•, •sigalioja nuo 2001 m. sausio 1 d.

28 straipsnis. Pasi• lymai Vyriausybei

1. Vyriausyb• per 3 m•nesius nuo šio •statymo pri•mimo parengia ir pateikia Seimui Lietuvos Respublikos administracini• teis•s pažeidim• kodekso papildymo bei Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodekso papildymo •statym• projektus.

2. Vyriausyb• ar jos •galiota institucija per 3 m•nesius nuo šio •statymo •sigaliojimo patvirtina Reklamos •statym• •gyvendinan•ius teis•s aktus.

3. Kol bus •steigta Nacionalin• vartotoj• teisi• apsaugos taryba, šiuo •statymu jai nustatyt• reklamos naudojimo kontrol• vykdo Vyriausyb•s •galiota institucija.

Skelbiu š• Lietuvos Respublikos Seimo priimt• •statym•.

REPUBLIKOS PREZIDENTAS

VALDAS ADAMKUS