

Nuo 2019 m. rugsjo 1 d. reikšmingai didja baudos už LR reklamos statymo pažeidimus

2019 m. rugsjo 1 d. sigaliojo [Lietuvos Respublikos reklamos statymo pakeitimai](#), kuriais buvo pakeistas statymo 24 straipsnis. Lietuvos Respublikos reklamos statymo 24 straipsnyje yra numatyti skiriam bausdydžiai už statyme numatyt reikalavim nesilaikym. sigaliojus šio straipsnio pakeitimui, numatomos baudos už daromus pažeidimus tampa didesn.

	Bauda iki 2019-08-31	Bauda nuo 2019-09-01
Už Lietuvos Respublikos reklamos statymo 4-9, 11, 13-18 straipsniuose nustatyt reikalavim nesilaikym	Nuo 289 iki 688 EUR	iki 3 % j metini pajam prajusiais finansiniais metais, bet ne didesn nei 100 000 EUR
Už Lietuvos Respublikos reklamos statymo 4-9, 11, 13-18 straipsniuose nustatyt reikalavim pakartotin nesilaikym	Iki 34 754 EUR (tik už 5 ar 6 straipsnio pažeidimus)	iki 6 % j metini pajam einamaisiais finansiniais metais, bet ne didesn kaip 200 000 EUR, o jeigu reklamins veiklos subjektas veikia trumpiau kaip vienu metus, iki 6 % jo pajam einamaisiais finansiniais metais, bet ne didesn kaip 200 000 EUR.
Už priežiros institucij lakino pareigojimo sustabdyti reklamos skleidim nevykdym, pareigojimo nuraukti šiame statyme nustatyt reikalavim neatitinkanos reklamos naudojim nevykdym ar netinkam vykdym, už reklamos, kurios naudojim reklamins veiklos subjektas buvo pareigotas nutraukti, pakartotin naudojim, jeigu tai pažeidžia Lietuvos Respublikos reklamos statyme nustatytus reikalavimus, arba Valstybins vartotoj teisi apsaugos tarnybos pareigojimo paneigti klaidinani ar neleidžiam lyginamj reklam nevykdym ar netinkam vykdym	289 EUR už kiekvien pareigojim nevykdymo, netinkamo vykdymo ar reklamos pakart otinio naudojimo dien.	300 EUR už kiekvien sipareigojim nevykdymo, netinkamo vykdymo ar reklamos pakartotinio naudojimo dien.
Už priežiros institucij reikalavimo pateikti informacij ir dokumentus, o prireikus – ir reklamuojamj preki ir reklamos pavyzdžius, reikalingus Lietuvos Respublikos reklamos statyme nustatyt reikalavim pažeidimui tirti, nevykdym ar netinkam vykdym	Nuo 289 iki 2 896 EUR	Iki 3 000 EUR
Už Lietuvos Respublikos reklamos statymo 12 straipsnio 1, 3, 5, 15 ir 16 dalyse nustatyt reikalavim nesilaikym	Nuo 289 iki 2 896 EUR	Iki 3 000 EUR

Aukšiau minti Lietuvos Respublikos reklamos statymo straipniai numato atsakomyb už ši straipsni pažeidimus:

4 straipsnis. Bendrieji reikalavimai reklamai

1. Rašytiniam ir garsiniam reklamos tekstui taikomi Lietuvos Respublikos valstybins kalbos statymo nustatyt reikalavimai.
2. Reklama draudžiama, jeigu joje:

- 1) pažeidžiami visuomens morals principai;
- 2) žeminama žmogaus garb ir orumas;
- 3) kurstoma tautin, rasin, religin, lyi ar socialin neapykanta ir diskriminacija, taip pat šmeižiama ar dezinformuojama;
- 4) skatinama prievarta, agresija, keliama panika;
- 5) skatinamas elgesys, keliantis grsm sveikatai, saugumui ir aplinkai;
- 6) piktnaudžiaujama prietaisais, žmoni pasitikėjimu, j patirties ar žini stoka;
- 7) be fizinio asmens sutikimo minimas jo vardas, pavard, pateikiama jo nuomon, informacija apie jo privat ar visuomenin gyvenim, turt, naudojamas fizinio asmens atvaizdas;
- 8) reklamos skleidimui naudojamos specialios pasmon veikianios priemonis ir technologijos;
- 9) panaudota reklamini medžiaga yra parengta pažeidžiant autori teises literatros, meno, mokslo krinius ir (ar) gretutines teises;
- 10) niekinami Lietuvoje registruot religini bendruomeni religiniai simboliai.

5 straipsnis. Klaidinanti reklama

1. Draudžiama naudoti klaidinanti reklamą.

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

1) reklamoje pateikiami teiginiai yra neteisingi, jeigu reklamos davjas negali pagrįsti šių teiginių teisingumo jos naudojimo metu. Ar pakanka reklamoje pateiktam teiginiui teisingumą pagrindžianti duomenimis, sprendžiama atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį. Pateiktam teiginiui teisingumą pagrindžianiais duomenimis nepripažįstami liudijimai ir rekomendacijos asmenims, 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, būtų reikalingas, kad būtų išvengta reklamos vartotojų suklaudinimo. Reklamoje pateikiama informacija taip pat yra neišsami, jeigu neatskleidžiama, nulepiama arba neaiškiai, nesuprantamai, dviprasmiškai ar ne laiku pateikiama esminė informacija, kuri vidutiniams vartotojams reikalinga tam, kad jie galėtų priimti informaciją paremtą sprendimu dėl sandorio, ir tuo vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti paskatintas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Jeigu reklamos pateikimo priemonės apimties arba laiko požiriu yra ribotos, tai sprendžiant, ar informacija neišsami, turi būti atsižvelgiama į šio ribotumą, konkretaus atvejo ypatumus, aplinkybes ir bet kokias kitas priemones, kurių reklamos davjas msi 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 statymo 6 straipsnio 3 dalyje nustatyta informacija.

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

1) reklamos davją ar kitą asmenį, į veiklą, būvį, pavadinimą (jeigu fizinis asmuo, – šio asmens vardas ir pavardė), teisinę formą, turtą, pramoninius ar intelektualius nuosavybės teises, licencijas (leidimus), kvalifikaciją, narys, apdovanojimus ir nuopelnus;

2) prekes ar paslaugas, į gamybos vietas ar kilmę, pagaminimo datą, gamybos būdą, paskirtį, kiekį, sudėtį, energinį vertę, vartojamąsias savybes, pavojingumą, kaip atitinka paskirtį ir vartojimą (naudojimą) tinkamumą, patikros laiką, vietą, būdą ir vertinimus, vartojimo (naudojimo) būdą, ar atitinka nustatytą standartą, sertifikavimą, oficialų prekę ar paslaugos pripažinimą ir apdovanojimą mugėse, parodose;

3) prekių (paslaugų) sigijimą ir vartojimą (naudojimą) slygas – kainą ar jos apskaičiavimo būdą ar ypatingą kainos pranašumo būvimą, mokėjimą, pristatymą, grąžinimo slygas, garantijas, keitimo, remonto, aptarnavimo slygas ir poreikį;

4) reklamos davėjo siūlymus, kins komercinės, finansinės ar profesinės veiklos motyvus ir prekę ar paslaugos pardavimo būdą, bet kokį pareiškimą arba žymenį, susijusį su reklamos davėjo arba prekę 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 klaidinanti, jeigu ji turi nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo statymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytą klaidinančios komercinės veiklos požymį.

7. Kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, laikoma, kad vartotojai susidaro nuomonę apie reklamoje pateiktą teiginį 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 vidutiniams tos grupės nariams.

6 straipsnis. Lyginamoji reklama

Lyginamoji reklama leidžiama, kai laikomasi šių reikalavimų:

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

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

3) reklamoje yra objektyviai lyginamos viena ar daugiau reikšmingų svarių, 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, pavadinimų, kitų žymenų su skiriamaisiais požymiais, jo prekių, paslaugų, veiklos, finansinės ar kitokios padties;

6) prekės ar paslaugos, turinios 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 kilmę;

8) reklamoje prekės ar paslaugos nepateikiamos kaip prekės ar paslaugos, pažymytos turiniu apsaugotu prekių ženklu ar pavadinimu, imitacijos ar kopijos.

7 straipsnis. Reklama ir vaikai

1. Neigiam poveik vaikams daranios reklamos naudojimo draudimai ir ribojimai nustatyti šio straipsnio 2 dalyje ir Lietuvos Respublikos nepilnamei apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio statyme.

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

- 1) piktnaudžiauti vaikų pasitikėjimu tėvais, globėjais (rėpintojais), 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 žmones;
- 3) nepagrįstai rodyti vaikus, patekusius į situacijas, kurios kelia grėsmę sveikatai ir gyvybei.

8 straipsnis. Reklamos atpažinamumas

1. Paslėpta reklama draudžiama.

2. Reklama turi būti aiškiai atpažinama pagal pateikimo formą. Jeigu tikėtina, kad reklamos vartotojai visuomenės informavimo priemonėje skleidžiamos reklamos dėl jos pateikimo formos gali neatpažinti, tokia reklama turi būti pažymta žodžiu „Reklama“.

9 straipsnis. statym uždraustos ar neteisėtos veiklos ir prekės ar paslaugų reklama

Reklama, skleidžiama bet kokia forma ir bet kokiomis reklamos pateikimo 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;
- 3) prekes, kurios yra išimtos iš civilinės apyvartos.

11 straipsnis. Reklama kino teatruose ir videosalse

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

13 straipsnis. Reikalavimai reklamai, skleidžiamai kitomis reklamos pateikimo 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 ATSKIRAI PREKIŲ IR PASLAUGŲ REKLAMAI

14 straipsnis. Maisto reklama

1. Draudžiama 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams, kuriuo iš dalies keičiami Europos Parlamento ir Tarybos reglamentai (EB) Nr. 1924/2006 ir (EB) Nr. 1925/2006 bei kuriuo panaikinami Komisijos direktyva 87/250/EEB, Tarybos direktyva 90/496/EEB, Komisijos direktyva 1999/10/EB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/13/EB, Komisijos direktyvos 2002/67/EB ir 2008/5/EB bei Komisijos reglamentas (EB) Nr. 608/2004 (OL 2011 L 304, p. 18), ir kitas teisės aktai, nustatanti reikalavimus maisto reklamai, nuostatai neatitinkanti maisto reklama.

2. Pradinio maitinimo kūdikio mišinį ir tolesnio maitinimo kūdikio mišinį reklama leidžiama tik teisės akto, nustatanti informacijos apie šiuos mišinius teikimo reikalavimus, nustatyta tvarka.

3. Maisto reklamoje privalo būti nurodyta, kad maistas yra genetiškai modifikuotas, jeigu pagal teisės aktą, nustatanti reikalavimus genetiškai modifikuoto maisto ženklinimui, nuostatai, į ženklinimą turi būti pateikiama informacija apie tai, kad maistas – genetiškai modifikuoti organizmai, kad maisto sudėtyje arba jo sudedamosiose dalyse yra genetiškai modifikuoti organizmai, kad maistas pagamintas iš genetiškai modifikuotų organizmų arba jo sudėtyje yra iš genetiškai modifikuotų organizmų pagaminti dalys.

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

5. Draudžiama nurodyti energinius gėrimus kaip vaikus gaminus ar kitaip juos reklamuoti:

- 1) ugdymo staigose, kurias lanko jaunesni kaip 18 metų žmonės;
- 2) koncertų, sporto, labdaros ir (ar) paramos bei kitų renginių, skirtų žmonėms, jaunesniems kaip 18 metų, vietose ir joms reklamuoti;

- 3) teatro spektakli, kino film ir videofilm, skirti asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, demonstravimo vietose ir j reklamoje;
- 4) visuomenės informavimo priemonė, skirtose asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, ir j reklamoje;
- 5) akcijose, konkursuose, skirtuose asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, ir j reklamoje.
6. Draudžiama energingus grimus nemokamai platinti reklamos tikslais jaunesniems kaip 18 metų asmenims.
7. Energini grim reklamoje privalo būti rašyti žodžiai „nevertoti su alkoholiniais grimais“.
8. Šio straipsnio 3, 4 ir 7 dalyse nustatyti reikalavimai netaikomi tuo atveju, kai reklamoje pateikiami tik šiose dalyse nurodyto maisto gamintojų pavadinimai ir (ar) j prekės ženklai, logotipai.
9. Šio straipsnio 3, 4 ir 7 dalyse nurodytos informacijos pateikimo reklamoje taisyklės nustato Vyriausybės galiota institucija.

Straipsnio pakeitimai:

Nr. [XIII-1123](#), 2018-04-26, paskelbta TAR 2018-04-30, i. k. 2018-06902

15 straipsnis. Sveikatos priežiūros paslaugų ir medicinos priemonių (prietais) reklama

Sveikatos priežiūros paslaugų ir medicinos priemonių (prietais) reklamoje draudžiama naudoti paciento vardą, pavardę, vaizdą, remtis sveikatos priežiūros staig, sveikatos priežiūros specialistų ar j profesinių organizacijų rekomendacijomis.

Straipsnio pakeitimai:

Nr. [XIII-1123](#), 2018-04-26, paskelbta TAR 2018-04-30, i. k. 2018-06902

16 straipsnis. Ginklų ir šaudmenų reklama

Ginklų ir šaudmenų reklama leidžiama tik j 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 j naudojimo nuostatų neatitinkanti reklama.