

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 nustato kitą reklamos naudojimo kontrolės tvarką ar reklaminės veiklos subjektų atsakomybę, taikomos tų įstatymų nuostatos. Jeigu Lietuvos Respublikos tarptautinės sutartys nustato kitokių reklamos naudojimo reikalavimų, taikomos tų sutarčių nuostatos.

4. Šio įstatymo nuostatos atitinkamai taikomos dėl Bendrijoje 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, kai pažeidžiamos šio įstatymo 5 ar 6 straipsnio nuostatos.

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

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

7. Šio įstatymo nuostatos įgyvendina Europos Sąjungos teisės aktus, nurodytus šio įstatymo priede.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Nr. X-808, 2006-09-14, Žin., 2006, Nr. 107-4046 (2006-10-06)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

**2 straipsnis. Pagrindinės šio įstatymo sąvokos**

1. (Neteko galios).

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

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

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 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.

7. **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 išipareigojimų perėmimą.

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

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

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

**2 straipsnis papildomas nauja 11 dalimi nuo 2010 m. liepos 3d. Buvusias 2 straipsnio 11–17 dalis laikyti atitinkamai 12–18 dalimis:**

11. **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.

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

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

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

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

16. **Reklamos vartotojas** - asmuo, kuriam skiriama arba kurį gali pasiekti reklama.

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

18. Šiame įstatyme vartojamos sąvokos „komercinis pasiūlymas“, „komercinės veiklos subjektas“, „sprendimas dėl sandorio“, „vartotojas“, „vidutinis vartotojas“ suprantamos taip, kaip jos apibrėžtos Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatyme.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

*Nr. XI-923, 2010-06-22, Žin., 2010, Nr. 79-4056 (2010-07-03)*

## **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) piktnaudžiuojama 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 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 reklamos vartotojų suklaidinimui išvengti. Reklamoje pateikiama informacija taip pat yra neišsami, jeigu neatskleidžiama, nuslepama 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 pateikimo 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 būtų vartotojams prieinama kitais būdais;

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

3. Jeigu Lietuvos Respublikos 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 Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 6 straipsnio 3 dalyje nustatyta informacija.

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

1) reklamos davėją ar kitą asmenį, jų veiklą, buveinę, pavadinimą (jei 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, energetinę vertę, vartojamąsias savybes, pavojingumą, kaip atitinka paskirtį ir vartojimo (naudojimo) tinkamumą, patikros laiką, vietą, būdą bei 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 išipareigojimus, 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 Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 1–21 punktuose nustatytą 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.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

## **6 straipsnis. Lyginamoji reklama**

1. Lyginamoji reklama leidžiama, kai laikomasi šių reikalavimų:

1) reklama nėra klaidinanti pagal šio įstatymo 2 straipsnio 4 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 šių prekių ir paslaugų reikšmingų, svarbių, galimų patikrinti ir būdingų 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 ir 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 pat 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.

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.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

## **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 kokiais 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) 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 (arba) 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 ir paminklų;

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

**1 dalis papildoma 4 punktu nuo 2008 m. vasario 1 d.:**

4) neturint savivaldybės institucijų nustatyta tvarka išduoto leidimo.

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 saugomos teritorijos direkcija arba regiono aplinkos apsaugos departamentu, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomos teritorijos direkcijos.

3. Išorinės reklamos įrengimo tipines taisykles tvirtina Vyriausybės įgaliota institucija.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26), atitaisymas skelbtas: Žin., 2008, Nr. 16*

#### **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 Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (toliau – Konkurencijos taryba), savivaldybės vykdomosios institucijos, Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos, saugomos teritorijos direkcija arba regiono aplinkos apsaugos departamentas, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomos teritorijos direkcijos, bei Vyriausybės įgaliotos institucijos.

2. Konkurencijos taryba kontroliuoja, ar reklama nėra klaidinanti, ir lyginamąją reklamą; savivaldybės vykdomosios institucijos ir Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos bei saugomos teritorijos direkcija arba regiono aplinkos apsaugos departamentas, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomos teritorijos direkcijos, – kaip laikomasi išorinės reklamos įrengimo taisyklių; Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba ir Vyriausybės įgaliotos institucijos – kitų šio įstatymo nustatytų draudimų ir reikalavimų įgyvendinimą.

3. Konkurencijos taryba yra atsakinga už 2004 m. spalio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 2006/2004 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, bendradarbiavimo taikymą, kiek tai susiję su Konkurencijos tarybos funkcijomis kontroliuojant, ar reklama nėra klaidinanti, ir lyginamąją reklamą.

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

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. X-808, 2006-09-14, Žin., 2006, Nr. 107-4046 (2006-10-06)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

### **18 straipsnis. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos ir Vyriausybės įgaliotų institucijų teisės**

1. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba ir Vyriausybės įgaliotos institucijos, kontroliuodamos šio įstatymo nustatytų reklamos naudojimo draudimų ir reikalavimų įgyvendinimą, turi teisę:

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

2) gauti iš reklaminės veiklos subjektų informaciją ir dokumentus, o prireikus – ir reklamuojamų prekių pavyzdžius, reikalingus šio įstatymo pažeidimui tirti. Ištyrus pažeidimą, o jeigu Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nutarimas buvo apskūstas teismui, – įsiteisėjus teismo sprendimui, reklamuojamų prekių pavyzdžiai ir dokumentai gražinami 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) skirti reklaminės veiklos subjektams administracinę nuobaudą – įspėjimą, kad, per Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nustatytą laiką nenutraukus šio įstatymo nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimo, bus skiriamos šio įstatymo 22 straipsnyje nustatytos baudos;

6) įstatymų nustatytais atvejais skirti baudas.

2. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos ir Vyriausybės įgaliotų institucijų darbuotojams draudžiama atskleisti jiems patikėtą reklaminės veiklos subjektų komercinę paslaptį, išskyrus įstatymų nustatytus atvejus.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

### **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 ar neleidžiama lyginamąją;

2) gavusi Vilniaus apygardos administracinio teismo nutartį, 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 ar neleidžiama lyginamąją ir padarytų kitiems asmenims ar visuomenės interesams esminės žalos ar susidarytų nepataisomos pasekmės;

3) įpareigoti reklaminės veiklos subjektus nutraukti klaidinančios ar neleidžiamos lyginamosios reklamos naudojimą, nustatant šio įpareigojimo įvykdymo terminus ir sąlygas;

4) skirti reklaminės veiklos subjektams administracinę nuobaudą – įspėjimą, kad, per Konkurencijos tarybos nustatytą laiką nenutraukus klaidinančios ar neleidžiamos lyginamosios reklamos naudojimo, bus skiriamos 22 straipsnyje nustatytos baudos;

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

6) šio bei Konkurencijos įstatymo nustatytais atvejais skirti baudas.

3. Konkurencijos taryba turi 2004 m. spalio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 2006/2004 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą, bendradarbiavimo kompetentingai institucijai numatytas teises, kiek tai susiję su Konkurencijos tarybos funkcijomis kontroliuojant, ar reklama nėra klaidinanti, ir lyginamąją reklamą.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Nr. X-808, 2006-09-14, Žin., 2006, Nr. 107-4046 (2006-10-06)*

## **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 ir neleidžiamos lyginamosios reklamos naudojimą ypatumai**

1. Reklamos davėjas atsako už klaidinančios ir neleidžiamos lyginamosios reklamos naudojimą, jeigu jis neįrodo, kad šis įstatymas buvo pažeistas ne dėl jo kaltės.
2. Reklamos gamintojas, tarpininkas ar skleidėjas atsako už klaidinančios ir neleidžiamos lyginamosios reklamos naudojimą tik tuo atveju, jei žinojo ar turėjo žinoti, kad naudojama klaidinanti ar neleidžiama lyginamoji reklama arba klaidinimas ar neleistinas lyginimas įvyko dėl jo veiksmų gaminant ar skelbiant reklamą, arba reklamos gamintojas, tarpininkas ar skleidėjas negali pateikti įrodymų, leidžiančių nustatyti reklamos davėją (gamintoją).

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

## **22 straipsnis. Baudos ir įspėjimas**

1. Už klaidinančios ar neleidžiamos lyginamosios reklamos naudojimą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki trisdešimties tūkstančių litų, o tais atvejais, kai šioje dalyje nurodyti pažeidimai buvo padaryti atsakomybę sunkinančiomis aplinkybėmis, reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda iki vieno šimto dvidešimties tūkstančių litų. Tais atvejais, kai pažeidimas yra mažareikšmis, pažeidimu nepadaroma esminės žalos šio įstatymo saugomiems asmenų interesams, Konkurencijos taryba, vadovaudamasi teisingumo ir protingumo kriterijais, už klaidinančios ar neleidžiamos lyginamosios reklamos naudojimą gali taikyti administracinę nuobaudą – įspėjimą, neskirdama reklaminės veiklos subjektams baudos.

2. Už Konkurencijos tarybos laikino draudimo skleisti reklamą nevykdymą arba įpareigojimo paneigti klaidinančią ar neleidžiamą lyginamąją reklamą nevykdymą ar netinkamą jo vykdymą reklaminės veiklos subjektams skiriama vieno tūkstančio litų už kiekvieną nevykdymo ar netinkamo vykdymo dieną bauda.

3. Už Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos ir (ar) Vyriausybės įgaliotų institucijų reikalavimo pateikti informaciją ir dokumentus, o prireikus – ir reklamuojamų prekių pavyzdžius, reikalingus šio įstatymo pažeidimui tirti, 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 vieno tūkstančio iki trisdešimties tūkstančių litų.

5. Už šio įstatymo 4, 7, 8, 11, 13, 14, 15, 16 straipsniuose nustatytų reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo vieno tūkstančio iki trisdešimties tūkstančių litų. Tais atvejais, kai pažeidimas yra mažareikšmis, pažeidimu nepadaroma esminės žalos šio įstatymo saugomiems asmenų interesams, Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, vadovaudamasi teisingumo ir protingumo kriterijais, už šių reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymą gali taikyti administracinę nuobaudą – įspėjimą, neskirdama reklaminės veiklos subjektams baudos.

6. Šio straipsnio 2, 3 ir 4 dalyse nurodyti 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 atnaujina pažeisdamas įpareigojimą.

7. Skiriamos baudos dydis nustatomas pagal baudos minimumo ir maksimumo vidurkį ir priklauso nuo atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių, pažeidimo pobūdžio, pažeidimo trukmės ir masto.

8. Konkurencijos tarybos ar Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nutarime turi būti nurodyti motyvai, pagrindžiantys įspėjimo ar baudos skyrimą, o jeigu skiriama bauda – taip pat turi būti motyvuojamas baudos dydžio mažinimas ar didinimas.



9. Skundą dėl Konkurencijos tarybos ar Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos 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 nustatytos minimalios piniginės baudos.

10. Atsakomybę lengvinančiomis aplinkybėmis 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.

11. Atsakomybę sunkinančiomis aplinkybėmis 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 pažeidimas padarytas pakartotinai per metus nuo šio įstatyme numatytos administracinės nuobaudos paskyrimo.

12. Už šio įstatymo pažeidimus skiriamos baudos dydis neturi viršyti 3 procentų reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais.

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.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

### **23 straipsnis. Reklamos įstatymo pažeidimų nagrinėjimo tvarka**

1. Šio įstatymo 22 straipsnio 1 ir 2 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 5 dalyse nurodytus pažeidimus nagrinėja ir baudas ar įspėjimą už juos skiria Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba šio straipsnio nustatyta tvarka.

3. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos ir (ar) Vyriausybės įgaliotų institucijų įgalioti darbuotojai dėl šio įstatymo 22 straipsnio 3, 4 ir 5 dalyse nurodytų pažeidimų atlieka tyrimą ir surašo Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nustatytos formos protokolą. Baigę tyrimą, ne vėliau kaip per 30 dienų bylą su išvadomis ir pasiūlymais perduoda nagrinėti Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai.

4. Kai Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba nagrinėja bylą dėl pažeidimo, nagrinėjime gali dalyvauti reklaminės veiklos subjektas, dėl kurio veiksmų nagrinėjama byla, jo atstovas, kurie turi teisę susipažinti su surinkta medžiaga, duoti paaiškinimų, pateikti prašymų. Reklaminės veiklos subjekto, dėl kurio veiksmų nagrinėjama byla, jo atstovo, jeigu jie buvo laiku informuoti apie pažeidimo bylos nagrinėjimo vietą ir laiką, neatvykimas bylos nagrinėti neklaido.

5. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, išnagrinėjusi bylą, priima nutarimą skirti šiame įstatyme nustatytas baudas ar įspėjimą arba, jeigu nėra šiame įstatyme nustatyto pagrindo, atsisakyti skirti baudas ar įspėjimą. Nutarime turi būti nurodyta: nutarimą priėmusios institucijos pavadinimas, bylos nagrinėjimo data ir vieta, duomenys apie reklaminės veiklos subjektą, dėl kurio veiksmų buvo priimtas nutarimas, pažeidimo faktą patvirtinantys duomenys, kuriais grindžiamas nutarimas, šio įstatymo straipsnis, nustatantis atsakomybę už pažeidimą, reklaminės veiklos subjekto, dėl kurio veiksmų buvo priimtas nutarimas, paaiškinimai ir jų įvertinimas, priimtas sprendimas, jo apskundimo terminai ir tvarka.

6. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nutarimai per 3 darbo dienas nuo jų priėmimo dienos išsiunčiami asmenims, dėl kurių šie nutarimai priimti.

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

### **24 straipsnis. Baudų išieškojimas**

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

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

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

### **25 straipsnis. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nutarimų apskundimas**

1. Reklaminės veiklos subjektai per 20 dienų nuo Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos, įpareigojusios nutraukti reklamos naudojimą ar paskyrusios baudą, nutarimo gavimo dienos gali šį nutarimą apskusti teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

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

*Straipsnio pakeitimai:*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

### **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.*

RESPUBLIKOS PREZIDENTAS

VALDAS ADAMKUS

Lietuvos Respublikos  
reklamos įstatymo

## ĮGYVENDINAMI EUROPOS SĄJUNGOS TEISĖS AKTAI

1. 1984 m. rugsėjo 10 d. Tarybos direktyva 84/450/EEB dėl valstybių narių įstatymų ir kitų teisės aktų dėl klaidinančios reklamos suderinimo (OL 2004 m. specialusis leidimas, 15 skyrius, 1 tomas, p. 227).

2. 1997 m. spalio 6 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/55/EB, iš dalies pakeičianti Direktyvą 84/450 dėl klaidinančios reklamos taip, kad būtų įtraukta lyginamoji reklama (OL 2004 m. specialusis leidimas, 15 skyrius, 3 tomas, p. 365).

3. 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 (OL 2004 m. L 364, p. 1).

### **Priedas papildomas 4 punktu nuo 2008 m. vasario 1 d.:**

4. 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).

*Įstatymas papildytas priedu:*

*Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)*

*Priedo pakeitimai:*

*Nr. X-808, 2006-09-14, Žin., 2006, Nr. 107-4046 (2006-10-06)*

*Nr. X-1414, 2008-01-11, Žin., 2008, Nr. 11-374 (2008-01-26)*

---

### **Pakeitimai:**

1.

Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas

Nr. IX-1212, 2002-12-03, Žin., 2002, Nr. 123-5508 (2002-12-24)

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)

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)

REKLAMOS ĮSTATYMO 1, 2, 5, 6, 12, 17, 18, 22, 23, 24, 25 STRAIPSNIŲ IR PRIEDO PAKEITIMO IR PAPILDYMO ĮSTATYMAS

Šis įstatymas, išskyrus šio įstatymo 5 straipsnio 1 dalį ir šio straipsnio 3 dalį, įsigalioja 2008 m. vasario 1 d.

Šio įstatymo 5 straipsnio 1 dalis įsigalioja 2008 m. liepos 1 d.

**Šio įstatymo atitaisymas skelbtas: Žin., 2008, Nr. 16**

4.

Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas

Nr. XI-923, 2010-06-22, Žin., 2010, Nr. 79-4056 (2010-07-03)

REKLAMOS ĮSTATYMO 2 STRAIPSNIO PAKEITIMO IR PAPILDYMO ĮSTATYMAS

\*\*\* Pabaiga \*\*\*

---