



## LIETUVOS RESPUBLIKOS EKONOMIKOS IR INOVACIJŲ MINISTERIJA

Biudžetinė įstaiga, Gedimino pr. 38, LT-01104 Vilnius, tel.: 8 706 64 845, 8 706 64 868,  
faks. 8 706 64 762, el. p. [kanc@eimin.lt](mailto:kanc@eimin.lt), <http://eimin.lrv.lt>.

Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188621919

Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarijai 2019-09-06 Nr.  
I 2019-08-29 Nr. S-2981  
Kopija  
Lietuvos prekybos įmonių asociacijai

### DĖL PAVEDIMO VYKDYMO

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerija (toliau – Ekonomikos ir inovacijų ministerija) 2019 m. rugpjūčio 30 d. gavo Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau – Vyriausybė) pavedimą Nr. S-2981 atsakyti į Lietuvos prekybos įmonių asociacijos (toliau – LPIA) 2019 m. rugpjūčio 29 d. raštą Nr. 7-34 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projekto“ (toliau – Raštas).

Ekonomikos ir inovacijų ministerija teikia atsakymus į LPIA Rašte išdėstytus argumentus:

1. Dėl LPIA Rašto 1–2 punktuose pateiktų argumentų dėl pradinio baudos skaičiavimo principo:

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 24 straipsnio pakeitimo įstatyme (toliau – Įstatymas) nustatyta, kad *įspėjimas skiriamas ir baudos dydis nustatomas pagal Vyriausybės patvirtintą Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašą, atsižvelgiant į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę, mastą ir šio straipsnio 6 ir 7 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes*. Pažymėtina, kad net ir Įstatymo aiškinamajame rašte nurodyta, kad *Vyriausybė Įspėjimų ir baudų už įstatymų pažeidimus skyrimo tvarkos aprašuose galės nustatyti proporcingus bazinius baudų dydžius („atskaitos tašką“), pavyzdžiui, 0,5 ar 1 proc. metinių pajamų, kurie būtų tikslinami, atsižvelgiant į pažeidimo mastą, trukmę ir kitas reikšmingas aplinkybes*. Taigi atskaitos taško nustatymą poįstatyminiuose teisės aktuose numatė ir Įstatymo rengėjai.

Pažymėtina, kad baudų skyrimo principai nustatyti Įstatyme, o Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo projektu (toliau – Projektas) tik detalizuojama įspėjimų, baudų skyrimo ir apskaičiavimo tvarka, todėl Projektu negalima pakeisti Įstatyme įtvirtinto principo, kad bauda yra skiriama pagal metines pajamas (Įstatyme nėra nurodoma, kad bauda skiriama pagal pajamas, susijusias su pažeidimu).

2. Dėl LPIA Rašto 3 ir 7 punktuose pateiktų argumentų dėl analogijos taikymo pagal baudų skyrimo tvarką už konkurencijos pažeidimus:

Pažymėtina, kad Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatyme numatytą baudų skyrimo tvarką detalizuojantys ir pagal pardavimo pajamas baudų skyrimą nustatantys reikalavimai kyla iš

Europos Sąjungos rekomendacijų, o reklamos atvejais, skirtingai nuo konkurencijos srities, skiriasi tiek pažeidimo mastas, tiek pasekmės, tiek maksimali baudos riba (konkurencijos pažeidimų atvejais baudų dydžiai yra net iki 10 proc. pajamų).

Taip pat pažymėtina, kad ne visais atvejais būtų galimybė apskaičiuoti su pažeidimu tiesiogiai susijusių prekių pardavimo pajamas, pavyzdžiui, jeigu įmonė reklamuoja ne konkrečią prekę, o save pačią. Tokiu atveju nėra aišku, kokių prekių ar paslaugų pardavimo pajamas reikėtų skaičiuoti.

Atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 9–10 dalyse reklaminės veiklos subjektu laikomi ir reklamos davėjai, kurie nebūtinai patys kuria ar gamina reklamą, o jų interesais yra tik naudojama reklama. Tokiais atvejais reklamos davėjai tiesioginių pajamų iš reklamos gamybos negauna, todėl, net jeigu Reklamos įstatymo 24 straipsnio pakeitimo įstatyme būtų leidžiama bazinį baudos dydį skaičiuoti nuo tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių pajamų, būtų nepagrįstai perkeliama teisinė atsakomybė kitiems reklaminės veiklos subjektams ir sudaromos sąlygos skirti įspėjimą ar baudą ne kiekvienam reklaminės veiklos subjektui, atsakingam už pažeidimą.

3. Dėl LPĮA Rašto 5 ir 6 punktuose nurodytų argumentų, dėl baudų diferencijavimo pagal komercinės veiklos subjekto dydį:

Pažymėtina, kad Projekte nustatomas pradinis 1,5 proc. baudos skaičiavimo atspirties taškas, kuris pagal Projekto 7 punkto nuostatas gali būti didinamas arba mažinamas 3 kartus po 30 proc. atsižvelgiant į pažeidimo pobūdį, trukmę ir mastą. Sumažinus baudą tris kartus po 30 proc. iš 1,5 proc. dydžio baudos lieka 0,15 proc. dydžio bauda, kuri tuomet gali būti dar kartą mažinama atsižvelgiant į lengvinančias aplinkybes arba didinama atsižvelgiant į sunkinančias aplinkybes. Taigi, Projekte nustatytas įspėjimų ir baudų apskaičiavimo modelis sudaro prielaidas kiekvienam ūkio subjektui baudas diferencijuoti pagal pažeidimo požymius.

Taip pat pažymėtina, kad Projektu baudos dydis apskaičiuojamas trimis etapais, todėl sieti baudos dydį tik su pradiniu dydžiu, kaip savo rašte nurodo LPĮA, nėra tikslu. Atkreiptinas dėmesys, kad esant Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalies pažeidimui, kai reklaminės veiklos subjekto pajamos sudarė 6,66 mln. Eur ar daugiau, tik pradinis dydis visada būtų lygus maksimaliam Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytam dydžiui, t. y. 100 000 Eur. Vadovaujantis Projekto 7 punktu, apskaičiuojant bazinį baudos dydį pagal baudos mastą, trukmę ir pobūdį, maksimalus baudos dydis galėtų sumažėti iki 100 kartų ir siekti 9 900 Eur, o po to atsižvelgiant į lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes būti didinamas ar mažinamas iki 40 procentų. Reklaminės veiklos subjektams, padariusiems Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalies pažeidimą, kurių pajamos lygios arba viršija 6,66 mln. Eur, minimalus baudos dydis galėtų siekti 5 940 Eur, o maksimalus negalėtų viršyti 100 000 Eur. Taigi, baudos dydis būtų tinkamai individualizuojamas pagal Reklamos įstatymo 24 straipsnio 5–7 dalyse nurodytus baudų apskaičiavimo (skyrimo) principus.

4. Dėl LPĮA Rašto 8 ir 9 punktuose pateikto Projekto 6 punkto formuluotės:

LPĮA pateiktoje Projekto 6 punkto formuluotėje nepagrįstai siūloma įvesti 30 procentų pradinį baudos dydį atsižvelgiant į reklaminės veiklos subjekto pajamas ir 50 000 eurų ribą, nes skirtingų, nei nustatyta Įstatyme, dydžių įvedimas iškreiptų šio įstatymo prasmę ir prieštarautų Įstatymo nuostatoms.

5. Dėl LPĮA Rašto 10 ir 11 punktuose pateiktų Projekto formuluočių dėl bazinio baudos dydžio apskaičiavimo ir jautrios vartotojų grupės kriterijaus:

Ekonomikos ir inovacijų ministerija atsižvelgs į LPĮA Rašte išdėstytus argumentus dėl bazinio baudos dydžio apskaičiavimo formuluotės papildymo ir jautrios vartotojų grupės kriterijaus ir atitinkamai patikslins Projektą.

6. Dėl LPĮA Rašto 12 punkte pateiktų Projekto nuostatų, reglamentuojančių įspėjimo skyrimo pagrindus:

Įstatymo 24 straipsnio 5 punkte nurodoma, kad įspėjimas skiriamas ir baudos dydis nustatomas pagal Vyriausybės patvirtintą Įspėjimų ir baudų už Reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašą, atsižvelgiant į pažeidimo *pobūdį*, pažeidimo *trukmę*, *mastą* ir šio straipsnio 6 ir 7 dalyse nustatytas *atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes*. Vadovaujantis šia Įstatymo nuostata, pažeidimo trukmė, mastas ir pobūdis turi būti vertinami kartu ir negali būti vertinamas tik kažkuris vienas iš nurodytų požymių.

Ekonomikos ir inovacijų viceministras

Gintaras Vilda

I. Girdžiūnaitė, tel. 8 706 64 758, el. p. [inga.girdziunaite@eimin.lt](mailto:inga.girdziunaite@eimin.lt)