



LIETUVOS RESPUBLIKOS TEISINGUMO MINISTERIJA

Biudžetinė įstaiga, Gedimino pr. 30, LT-01104 Vilnius,
tel. (8 5) 266 2984, faks. (8 5) 262 5940, el. p. rastine@tm.lt,
atsisk. sąskaita LT574010051004670211 Luminor Bank AS, banko kodas 40100.
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188604955

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų
ministerijai

2019-08- Nr.

I 2019-08-02 Nr. (28.6-41)–3-2970

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO „DĖL ĮSPĖJIMŲ IR BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS SKYRIMO TVARKOS APRAŠO PATVIRTINIMO“ PROJEKTO

Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija gavo išvadai gauti pateiktą [Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projektą](#) (toliau – Projektas). Pagal kompetenciją įvertinę Projektą teikiame pastabas ir pasiūlymus:

1. Rašte, kuriuo Projektas teikiamas išvadoms gauti, nurodomos sprendžiamos problemos (pavyzdžiui, baudų dydžiai nėra atgrasantys didesnėms įmonėms), kurios iš esmės negalėtų būti išsprendžiamos Projektu. Pažymėtina, kad baudų dydžius nustato Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnis, o Vyriausybei pavesta nustatyti tik baudos skyrimo tvarkos aprašą, kuris galėtų reguliuoti tik baudos skyrimo tvarką ir konkretaus dydžio apskaičiavimo metodiką Reklamos įstatyme nustatytų baudos dydžių ribose.

2. Projektu tvirtinamo Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo (toliau – Aprašas) 1 punkte siūlytina nevardinti visų Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo (2019 m. rugsėjo 1 d. redakcija) straipsnių, kuriuose minimi jame nustatyti reikalavimai, nes toks išvardijimas būtų perteklinis Reklamos įstatymo atžvilgiu bei didintų netikslumų galimybę. Siūlytina šiame punkte minėti įspėjimų skyrimo ir baudų, *kurios skiriamos pagal Reklamos įstatymo 24 straipsnį*, dydžio nustatymo tvarką.

3. Atsižvelgiant į tai, kad Reklamos įstatymo 24 straipsnio 2 dalyje nurodomi „įpareigojimų nevykdymai ar netinkami vykdymai“, o 24 straipsnio 3 ir 4 dalyse – „reikalavimų nevykdymai ar netinkami vykdymai“, taip pat „reikalavimų nesilaikymai“, siūlytina atitinkamai taisyti Aprašo 1 punkte dėstomą nuorodą į minėto įstatymo 24 straipsnio 3 ir 4 dalis ir jos santrumpą.

4. Aprašo tikslą (Aprašo 3 punktas) siūlytina formuluoti atsižvelgiant į Reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalį – nustatyti įspėjimo skyrimo ir baudos dydžio nustatymo tvarką, atsižvelgiant į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę, mastą, atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

5. Siūlome iš Aprašo 5 punkto išbraukti žodžius „pirminį ar pakartotinį“ kaip perteklinius.

6. Atsižvelgiant į Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo Nr. X-1409 13 ir 16 straipsnių pakeitimo įstatymo projekto, Lietuvos

taptų neaišku, kokiais atvejais Reklamos įstatymo pažeidimas, kuriuo nepadaroma esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams, būtų vertintinas kaip mažareikšmis ir atsisakoma pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą vadovaujantis Reklamos įstatymo 25 straipsnio 5 dalies 6 punktu, o kokiais atvejais nustatytas pažeidimas būtų vertinamas ir dėl jo galėtų būti skiriamas įspėjimas Apraše nustatyta tvarka.

12. Aprašo 15.4 papunktyje vartojama formuluotė „atsižvelgia į reklamoje pateiktos informacijos turinį ir kompetenciją“ nėra aiški, nes nenurodo, kaip turi būti atsižvelgiama, kokios tokio atsižvelgimo pasekmės ar galimi institucijos veiksmai.

Teisingumo ministras

Elvinas Jankevičius



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

Biudžetinė įstaiga, Vilniaus g. 25, LT-01402 Vilnius, tel. (8 5) 262 6751, faks. (8 5) 279 1466, el. p. tarnyba@vvstat.lt
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188770044

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų
ministerijai

2019-08- Nr.
2019-08-02 Nr. (28.6-41)

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO „DĖL ĮSPĖJIMŲ IR BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS SKYRIMO TVARKOS APRAŠO PATVIRTINIMO“ PROJEKTO NR. 19-9131

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba per Lietuvos Respublikos Seimo teisės aktų informacinės sistemos (TAIS) Projektų registravimo posistemę 2019 m. rugpjūčio 2 d. derinimui gavo Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projektą (toliau – Projektas).

Informuojame, kad Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 4 punktu, pagal kompetenciją įvertinusi aukščiau minimą Projektą, teikia šias žemiau nurodytas pastabas ir pasiūlymus.

Dėl III skyriaus „Įspėjimo skyrimas“

Projekto 15 punkte nurodyta, kad „*Priežiūros institucija, vertindama, ar dėl galimo Reklamos įstatymo pažeidimo nepadaroma esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams, atsižvelgia į šiuos požymius:*

15.1. nežymus reklamos sklaidos mastas. Priežiūros institucija vertindama reklamos sklaidos mastą atsižvelgia į reklamos skleidimo dažnumą, sklaidos priemonių skaičių ir kitas sklaidos masto nustatymui reikšmingas aplinkybes, t. y. spaudos tiražą, televizijos kanalų, radijo stočių, interneto tinklalapių skaičių ir kt.;

15.2. trumpa reklamos sklaidos trukmė. Nedarančia esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams gali būti pripažinta aplinkybė, kad reklama skleista tik kelis kartus, kelias sekundes;

15.3. nežymus reklamos poveikis vartotojų ekonominiam elgesiui. Priežiūros institucija atsižvelgia į reklamoje pateiktos informacijos, su kuria susijęs galimas pažeidimas, turinį ir tai, ar jis yra tiesiogiai susijęs su skatinimu įsigyti prekių iš reklamos davėjo ar naudotis jo paslaugomis. Nedarančia esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams gali būti pripažinta aplinkybė, kad reklamoje pateiktoje informacijoje yra nežymių netikslumų (paklaidų) ar bendro pobūdžio su prekėmis ir paslaugomis nesusijusių teiginių, kurie gali daryti tik nereikšmingą įtaką vartotojo sprendimui pasirinkti reklamos davėjo prekes ar paslaugas;

15.4. galimas pažeidimas yra susijęs su reklamoje pateikta informacija, kai reklama yra skirta specialių žinių turinčiai reklamos vartotojų grupei. Priežiūros institucija vertindama reklamoje pateiktą informaciją, kai reklama yra skirta specialių žinių turinčiai reklamos vartotojų grupei,

atsižvelgia į reklamoje pateiktos informacijos turinį ir kompetenciją, kurią gali turėti vidutinis reklamos vartotojų grupės, kuriai skirta reklama, narys.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba pažymi, kad Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 25 straipsnio 6 punktą nustato, kad pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą atsisakoma motyvuotu – priežiūros institucijos nutarimu arba motyvuotu jos įgalioto pareigūno sprendimu, jeigu pranešime (skunde) nurodyti faktai yra mažareikšmiai, nedarantys žalos šio įstatymo saugomiems asmenų interesams. Atsižvelgiant į tai, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nuomone, Projekto 15 punkte nurodyti požymiai turėtų būti priskirtini tiems atvejams, kai priežiūros institucija atsisako pradėti skundo nagrinėjimo procedūrą dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo, o ne skiriant Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme nustatytą nuobaudą – įspėjimą.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba siūlo III skyriaus 15 punkto nuostatą perkelti į naują skyrių „Mažareikšmiškumo požymių taikymas“ ir jį papildžius išdėstyti taip:

„IV SKYRIUS MAŽAREIKŠMIŠKUMO POŽYMIŲ TAIKYMAS

15. Priežiūros institucija, vertindama, ar faktai nurodyti pranešime (skunde) dėl galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo, yra mažareikšmiai, atsižvelgia į šiuos mažareikšmiškumo požymius:

15.1. nežymus reklamos sklaidos mastas. Priežiūros institucija, vertindama reklamos sklaidos mastą, atsižvelgia, ar skleista reklama nesukėlė pasekmių vartotojams ir/ar pasiekė tik vieną (pareiškėją) ar keletą vartotojų, taip pat atsižvelgiama į reklamos skleidimo dažnumą, sklaidos priemonių skaičių ir kitas sklaidos masto nustatymui reikšmingas aplinkybes, t. y. spaudos tiražą, televizijos kanalų, radijo stočių, interneto tinklalapių skaičių ir kt.;

15.2. trumpa reklamos sklaidos trukmė. Nedarant esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams gali būti pripažinta aplinkybė, kad reklama skleista tik kelis kartus, kelias sekundes;

15.3. nežymus reklamos poveikis vartotojų ekonominiam elgesiui. Priežiūros institucija atsižvelgia į reklamoje pateiktos informacijos, su kuria susijęs galimas pažeidimas, turinį ir tai, ar jis yra tiesiogiai susijęs su skatinimu įsigyti prekių iš reklamos davėjo ar naudotis jo paslaugomis. Nedarant esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams gali būti pripažinta aplinkybė, kad reklamoje pateiktoje informacijoje yra nežymių netikslumų (paklaidų) ar bendro pobūdžio su prekėmis ir paslaugomis nesusijusių teiginių, kurie gali daryti tik nereikšmingą įtaką vartotojo sprendimui pasirinkti reklamos davėjo prekes ar paslaugas;

15.4. pažeidimas yra susijęs su pavienio asmens (pareiškėjo) ar nedidelės grupės asmenų interesais;

15.5. galima techninė klaida. Vertinama, ar Reklamos įstatymo pažeidimas yra formalaus pobūdžio, nulemtas padarytos techninės klaidos. Vertinant atsižvelgiama į tai, ar reklaminės veiklos subjektas atitinkamomis techninėmis klaidomis nepiktnaudžiauja bei, ar savo iniciatyva ėmėsi veiksmų klaidai ištaisyti;

15.6. galimas pažeidimas yra susijęs su reklamoje pateikta informacija, kai reklama yra skirta specialių žinių turinčiai reklamos vartotojų grupei. Priežiūros institucija, vertindama reklamoje pateiktą informaciją, kai reklama yra skirta specialių žinių turinčiai reklamos vartotojų grupei, atsižvelgia į reklamoje pateiktos informacijos turinį ir kompetenciją, kurią gali turėti vidutinis reklamos vartotojų grupės, kuriai skirta reklama, narys.

16. Priežiūros institucija, nustatydama, kad konkrečiu atveju pareiškėjo prašyme (skunde) nurodytas faktas yra mažareikšmis, juo nepadaroma esminės žalos pažeisto įstatymo saugomiems vartotojų interesams, turi nustatyti bent du požymius, nurodytus Aprašo 15 punkte, kuriems esant, reklaminės veiklos subjektų veiksmai laikytini mažareikšmiais.

17. Be Aprašo 15 punkte nurodytų mažareikšmiškumo požymių, Priežiūros institucija turi teisę atsižvelgti ir į kitas aplinkybes, reikšmingas vertinant byloje nustatytų faktų mažareikšmiškumą.

18. Mažareikšmiškumo požymių reikšmingumas ir jų vertinimas priklauso nuo kiekvieno konkretaus atvejo. Priežiūros institucija mažareikšmiškumo požymių netaiko, jei nustatoma požymių dėl galimo vartotojų viešojo intereso pažeidimo.“.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba papildomai atkreipia dėmesį, kad Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu iki 2019 m. rugsėjo 1 d. turi būti patvirtintas ne tik Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašas, bet ir Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašas. Atsižvelgiant į tai, kad įstatymai pagal savo pobūdį tarpusavyje glaudžiai susiję, abiejuose įstatymuose įtvirtinti analogiški baudų dydžio nustatymo modeliai. Todėl tikslinga, kad tiek Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašas, tiek Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašas būtų suderinti dėl baudų dydžio nustatymo (bazinio baudos dydžio skaičiavimo, procentų kiekio taikymo, sąvokų, mažareikšmiškumo kriterijų nustatymo ir pan.).

Pagarbiai

Direktorė

Neringa Ulbaitė

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos
Ekonomikos ir inovacijų viceministrui Gintarui Vildai
faks. 870664762
el.paštas: kanc@eimin.lt

kopija:
vyr. specialistei Ingai Girdžiūnaitei,
inga.girdziunaite@eimin.lt

2019 m. rugpjūčio 8 d., Vilnius

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO "DĖL ĮSPĖJIMŲ IR BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS SKYRIMO TVARKOS APRAŠO PATVIRTINIMO" PROJEKTO

Atsakydami į jūsų 2019-08-02 raštą Nr. (28.6-41)-3-2970 "dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo "Dėl įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo" projekto derinimo", pateikiame jums savo pastabas ir pasiūlymus:

Lietuvos Respublikos Reklamos įstatymo (toliau - Įstatymas) 24 straipsnio redakcija, kuri įsigalios nuo 2019-09-01 (pagal 2019-06-13 LR Reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 24 straipsnio pakeitimo įstatymą Nr. XIII-2218), numato baudą iki 3% metinių pajamų, **nenustatant minimalaus baudos dydžio**, kas reiškia, kad, atsižvelgiant į pažeidimo aplinkybes ir teisės principus, skiriama bauda galėtų sudaryti ir kelis tūkstančius eurų. Tuo tarpu pateiktame suderinimui Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo projekte, kuriuo numatoma patvirtinti Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašą (toliau - Aprašas) yra fiksuojamas pradinis baudos dydis - 1,5% metinių pajamų, kuris toliau priklausomai nuo kitų aplinkybių yra didinamas arba mažinamas pagal Aprašo 7 ir 8 punktų nuostatas. Daugeliui reklamos veiklos subjektų 1,5% metinių pajamų jau gali siekti maksimalų Įstatymo 24 straipsnio 1 d. nustatytą 100.000 eurų dydį. Jei pradinis baudos dydis siekia maksimalų baudos dydį, manome, kad pasirinktas ir Aprašo 6 punkte nustatytas pradinis baudos dydis yra per didelis ir neatitinka protingumo ir proporcingumo kriterijų.

Be to, atsižvelgiant į tokį didelį pradinį baudos dydį, Apraše nustatyta baudų skaičiavimo tvarka sudarys sąlygas taikyti iš esmės tik dešimt-tūkstantines baudas, nepaliekant laisvės priežiūros institucijai, atsižvelgiant į konkretaus pažeidimo aplinkybes ir protingumo, teisingumo ir sąžiningumo principus, pritaikyti mažesnę baudą, nors tai būtų įmanoma pagal Įstatymo nuostatas, kuris jokio minimalaus baudos dydžio nenustato. Atsižvelgiant į tai, kad Įstatymą įgyvendinantys teisės aktai negali pakeisti Įstatymo nuostatų ir jų esmės, siūlome papildyti Aprašą ir numatyti jame priežiūros institucijos teisę skirti mažesnę nei pagal Aprašo 6 - 8 punktus apskaičiuota bauda, jei tai atitiktų protingumo, teisingumo ir sąžiningumo principus.

Pagarbiai,

Pardavimų vadovas



Ernestas Kapačinskas



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

Biudžetinė įstaiga, Jogailos g. 14, LT-01116 Vilnius, tel. (8 5) 262 7797, faks. (8 5) 212 6492, el. p. taryba@kt.gov.lt
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188668192

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų
ministerijai

2019-08-05 Nr. (5.5.-36) 6V- 1616

Gedimino pr. 38, LT-01104 Vilnius

El. p. kanc@eimin.lt;

ieva.zaunieriene@eimin.lt;

inga.girdziunaite@eimin.lt

**DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO „DĖL ĮSPĖJIMŲ IR
BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS
SKYRIMO TVARKOS APRAŠO PATVIRTINIMO“ PROJEKTO DERINIMO**

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2019 m. rugpjūčio 2 d. gavo Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos teiktą derinimui Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projektą (toliau – Nutarimo projektas).

(2) Nuo 2019 m. gegužės 1 d. įsigaliojo nauja Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo redakcija, kurioje įtvirtinta, jog Reklamos įstatymo 5 ir 6 straipsnių (klaidinančios ir lyginamosios reklamos) nuostatų įgyvendinimo priežiūrą atlieka Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba. Atsižvelgiant į tai, kad Konkurencijos taryba nebeatlieka Reklamos įstatymo įgyvendinimo funkcijos, teikti pastabas ir pasiūlymus dėl Nutarimo projekto nėra tikslinga.

Jeigu kiltų neaiškumų ar papildomų klausimų, maloniai prašome kreiptis žemiau nurodytais kontaktais.

Pirmininko pavaduotojas, pavaduojantis pirmininką

Elonas Šatas



LIETUVOS SAVIVALDYBIŲ ASOCIACIJA

Kodas 124111348, T. Vrublevskio g. 6, LT-01143 Vilnius, tel. (8 5) 261 6063, faksas (8 5) 261 5366,
el. p. bendras@lsa.lt, atsisk. sąsk. LT287044060001377867 AB SEB bankas, banko kodas 70440

Ekonomikos ir inovacijų ministerijai

2019-08-09 Nr. (17)-SD- 459
I 2019-08-02 Nr.(28.6-41)-3-2970

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO „DĖL ĮSPĖJIMŲ IR BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS SKYRIMO TVARKOS APRAŠO PATVIRTINIMO“ PROJEKTO DERINIMO

Lietuvos savivaldybių asociacija Ekonomikos ir inovacijų ministerijos pateiktą derinti Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projektą pateikė savivaldybėms. Savivaldybės pastabų minėtam projektui nepateikė.

Lietuvos savivaldybių asociacijos patarėjas teisės klausimais,
laikintai einantis direktoriaus pareigas

Aleksandras Tiaškevičius

G. Lingis, tel. (8 5) 215 7107, giedrius.lingis@lsa.lt



APLINKOS APSAUGOS DEPARTAMENTAS PRIE APLINKOS MINISTERIJOS

Biudžetinė įstaiga, Smolensko g.15, Vilnius
tel. (8~686) 48449, el. p. info@aad.am.lt, <http://www.aad.lrv.lt>.
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 304766622

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų
ministerijai
kanc@eimin.lt

2019-08- 19
Į 2019-08-02

Nr. (3.0)-AD5-14695
Nr. (28.6-41)-3-2970

DĖL VYRIAUSYBĖS NUTARIMO PROJEKTO

Aplinkos apsaugos departamentas prie Aplinkos ministerijos, pagal kompetenciją išnagrinėjęs Lietuvos Respublikos Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projektą, pastabų ir pasiūlyimų neturi.

Direktorius

Vaidas Laukys

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų
ministerijos

2019-08-09

Nr. 7-28

Nr.

Verslo aplinkos departamento direktorei Mildai
Kaupelienei el. p. milda.kaupeliene@eimin.lt

Verslo aplinkos departamento Verslo politikos skyriaus
vedėjai Ievai Žaunierienei el. p.
ieva.zaunieriene@eimin.lt

Verslo aplinkos departamento Verslo politikos
skyriaus vyriausiajai specialistei Ingai
Girdžiūnaitei el. p. inga.girdziunaite@eimin.lt

Dėl Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo projekto

Lietuvos prekybos įmonių asociacija („LPIA“) susipažino su Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo projektu („Projektas“) ir teikia dėl jo pasiūlymus ir pastabas.

I. Dėl baudų už Įstatymo pažeidimą dydžio nustatymo (Aprašo II skyrius)

1.1. Dėl pradinio baudos dydžio skaičiavimo principo

1. Aprašo 6 punkte siūloma pradinį baudos dydį skaičiuoti nuo visų reklaminės veiklos subjekto pajamų praėjusiais finansiniais metais (taikant 1,5 proc. ar, atitinkamai, 3 proc. koeficientą ir atsižvelgiant į maksimalią baudos ribą). Toks reguliavimas yra iš esmės nepriimtinas dėl toliau nurodytų motyvų.
2. Pirma, Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo („RĮ“) 24 straipsnio 1 dalyje¹ tik nurodyta, kad reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda iki 3 procentų jų metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, tačiau tiesiogiai nenurodyta, kad baudos dydis turi būti skaičiuojamas nuo visų reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais. RĮ 24 straipsnio 5 dalyje nurodyta, kad konkretus *baudos dydis* nustatomas pagal Vyriausybės patvirtintą Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašą, taigi būtent Vyriausybei pavesta nustatyti baudos skaičiavimo bazę ir kitus principus. RĮ pakeitimo aiškinamajame rašte² pateiktas pavyzdys dėl klaidinančios reklamos davėjo gautų pajamų už komercines patalpas, reklamuotas kaip „butai“ kaip tik rodo RĮ pakeitimų projekto autorių ketinimus baudos dydį sieti su pajamomis, susijusiomis su pažeidimu, o ne visomis reklaminės veiklos

¹ Redakcija, įsigaliosianti 2019-09-01 (TAR, 2019-06-25, Nr. 2019-10160)

² <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAK/362ce370bffe11e883c7a8f929bfc500?ifwid=-35qhptmun>

subjekto pajamomis. Teisės ir teisėtvarkos komiteto išvadoje³ nurodoma: „Pažymėtina, kad Projektu nesiūloma [...] visais atvejais skirti 3 procentų metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais dydžio baudą [...]. Siūlomas dydis apibrėžia didžiausią baudos dydį. Pritarus projektui kiekvienu atveju būtų skiriama skirtinga bauda (neviršijanti nustatyto maksimalaus dydžio) atsižvelgiant į konkretų pažeidimą (jo pobūdį, sudėtingumą ir kitus individualius požymius)“. Taigi, ir RĮ pakeitimo projekto svarstymo Seimo komitetuose metu pateikti paaiškinimai patvirtina, kad procentinis dydis nuo metinių pajamų apibrėžia tik didžiausią baudos dydį ir niekaip nerodo įstatymų leidėjo ketinimų pradinį baudos dydį skaičiuoti nuo visų reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais.

3. Akcentuotina, kad Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 36 straipsnio 1 dalyje, analogiškai kaip RĮ 24 straipsnio 1 dalyje, numatyta bauda iki 10 procentų bendrųjų metinių pajamų praėjusiais ūkiniais metais. Tačiau Baudų, skiriamų už Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo pažeidimus, dydžio nustatymo tvarkos apraše, patvirtintame Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. sausio 18 d. nutarimu Nr. 64⁴, aiškiai pasakyta, kad bazinis baudos dydis apskaičiuojamas remiantis ūkio subjekto tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių pardavimų pajamomis⁵. Aptariamo aprašo 5 punktą nustato: "Pardavimų vertė [bazinei baudai skaičiuoti] paprastai nustatoma pagal paskutinių vienerių ūkio subjekto dalyvavimo darant pažeidimą ūkinių metų pardavimų pajamas, gautas iš tiesiogiai ir netiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių pardavimų".
4. Darytina išvada, kad RĮ 24 straipsnio 1 dalyje (kaip ir Konkurencijos įstatymo 36 straipsnio 1 dalyje) tik įtvirtintos baudų „lubos“ (iki 3 procentų jų metinių pajamų), tačiau nenurodyta baudos skaičiavimo bazė, ją pavedant nustatyti Vyriausybei.
5. Antra, siūlymas pradinį baudos dydį nustatyti 1,5 proc. (už pakartotinį pažeidimą 3 proc.) nuo visų reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais yra akivaizdžiai neproporcingas, nes iš esmės atsakomybė taikoma ne už konkretų pažeidimą, o už reklaminės veiklos subjekto dydį. Pavyzdžiui, jeigu reklaminės veiklos subjektas vykdo prekybą naftos produktais ir kasdienio vartojimo prekėmis; nėra jokio racionalaus argumento, kad, padarius pažeidimą kasdienio vartojimo prekių srityje, pradinis baudos dydis turi būti skaičiuojamas nuo visų pardavimo pajamų (įskaitant naftos produktus).
6. Sutiktina, jog ne visais atvejais reklaminės veiklos subjekto pajamos gali būti susietos su neleistina reklama. Tačiau esame įsitikinę, kad tuo atveju, kai galima aiškiai identifikuoti reklaminės veiklos subjekto pajamas, gautas už neleistinai reklamuojamas prekes ar paslaugas, pradinis baudos dydis turi būti skaičiuojamas nuo reklaminės veiklos subjekto pajamų, susijusių su pažeidimu, o ne nuo visų reklaminės veiklos subjekto pajamų.
7. Atsižvelgiant į išdėstytus argumentus, siūlome, analogiškai kaip nustatyta Baudų, skiriamų už Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo pažeidimus, dydžio nustatymo tvarkos apraše, pradinį baudos dydį apskaičiuoti procentu nuo reklaminės veiklos subjekto pajamų iš tiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių ar paslaugų pardavimų, gautų per visą pažeidimo laikotarpį, ir tik jeigu pažeidimui negalima priskirti konkrečių pajamų (pvz. reklamuota ne konkreti prekė ar paslauga, o pats reklaminės veiklos subjekto ar tik prekės ženklas ar pan.), arba reklaminės veiklos subjekto

³ <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAK/bfc5fdb04c7111e98bc2ba0c0453c004?jfwid=-35qhptaf6>

⁴ Baudų skyrimo tvarką, analogiškai, patvirtino Vyriausybė.

⁵ Minėto aprašo 4.1. punktą.

pateiktos informacijos nepakanka arba Priežiūros institucija turi pagrįstų įtarimų, kad reklaminės veiklos subjekto pateikta informacija nepatikima, pradinis baudos dydis būtų skaičiuojamas taip, kaip nurodyta Aprašo 6 punkte.

8. Taip pat pastebėtina, jog Aprašo 6 punktas suformuluotas nelogiškai: nurodoma, kad pradinis baudos dydis lygus 1,5 procento reklaminės veiklos subjekto pajamų praėjusiais finansiniais metais, neviršijant Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytos maksimalios baudos dydžio ribos, nors, vadovaujantis siūloma normos konstrukcijos logika, akivaizdu, kad pradinis baudos dydis neturi viršyti pusės Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytos maksimalios baudos dydžio ribos⁶. Priešingu atveju visiems reklaminės veiklos subjektams, kurių bendrosios pajamos praėjusiais finansiniais metais buvo bent 6,66 mln. Eur, pradinis baudos dydis visuomet bus lygus maksimaliai ribai; o tokiu atveju baudos dydis iš viso nebūtų tinkamai individualizuojamas.

9. Išdėstytų argumentų pagrindu siūlome Aprašo 6 punktą formuluoti taip:

„6. Jeigu įmanoma nustatyti reklaminės veiklos subjekto pajamas iš tiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių ar paslaugų pardavimų, gautas per visą pažeidimo laikotarpį, tai pradinis baudos dydis lygus 30 procentų nuo reklaminės veiklos subjekto pajamų (be pridėtinės vertės mokesčio) iš tiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių ar paslaugų pardavimų, gautų per visą pažeidimo laikotarpį, tačiau ne didesnis negu 1,5 procento (pakartotinai pažeidus Reklamos įstatymą – 3 procentai) reklaminės veiklos subjekto pajamų praėjusiais finansiniais metais, ir ne didesnis negu penkiasdešimt tūkstančių eurų (pakartotinai pažeidus Reklamos įstatymą – vienas šimtas tūkstančių). Tuo atveju, jeigu neįmanoma nustatyti reklaminės veiklos subjekto pajamų, tiesiogiai susijusių su pažeidimu, arba reklaminės veiklos subjekto pateiktos informacijos apie tiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių ar paslaugų pardavimų pajamas nepakanka arba Priežiūros institucija turi pagrįstų įtarimų, kad reklaminės veiklos subjekto pateikta informacija nepatikima, pradinis baudos dydis lygus 1,5 procento (pakartotinai pažeidus Reklamos įstatymą – 3 procentai) reklaminės veiklos subjekto pajamų praėjusiais finansiniais metais, ir ne didesnis negu penkiasdešimt tūkstančių eurų (pakartotinai pažeidus Reklamos įstatymą – vienas šimtas tūkstančių).“

I.2. Dėl baudos dydžio skaičiavimo atsižvelgiant į atsakomybę lengvinančias ar sunkinančias aplinkybes

10. Siūlytina atsisakyti Aprašo 9 ir 10 punktų nuostatų, numatančių, kad atitinkamai, jeigu yra atsakomybę lengvinančių aplinkybių, skiriamos baudos dydis neturi viršyti už padarytą pažeidimą nustatyto bazinio baudos dydžio, o jeigu yra atsakomybę sunkinančių aplinkybių, skiriamos baudos dydis turi būti ne mažesnis nei už padarytą pažeidimą nustatytas bazinis baudos dydis. Toks reglamentavimas varžytų Priežiūros institucijos diskreciją įvertinti atsakomybę lengvinančių ir sunkinančių aplinkybių reikšmingumą ir tinkamai individualizuoti baudos dydį. Pavyzdžiui, jei nustatoma bent viena atsakomybę lengvinanti aplinkybė ir bent viena atsakomybę sunkinanti aplinkybė, galutinis baudos visuomet bus lygus baziniam baudos dydžiui, nors, akivaizdu, atsakomybę lengvinančios aplinkybės ir atsakomybę sunkinančios aplinkybės „svoris“ skirsis. Be to, toks reglamentavimas prieštarauja Aprašo 9 ir 10 punktuose numatyta taisyklei, jog bazinis baudos dydis už kiekvieną (lengvinančią ar sunkinančią) aplinkybę mažinamas, ar, atitinkamai, didinamas

⁶ Beje, būtent toks pradinio (bazinio) baudos dydžio skaičiavimo principas numatytas LR teisingumo ministerijos parengtame Vyriausybės nutarimo „Dėl įspėjimų ir baudų už nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projekte

iki 20 proc. Taigi, viena vertus, nustačius tris lengvinančias ir vieną sunkinančią aplinkybę, galutinis baudos vis tiek bus lygus baziniam baudos dydžiui, o tai prieštarautų prieš tai einančiame sakinyje aptariamai taisyklei.

11. Išdėstytų argumentų pagrindu siūlome Aprašo 9 ir 10 punktus formuluoti taip:

„9. Jeigu yra atsakomybė lengvinančių aplinkybių, skiriamos baudos dydis neturi viršyti už padarytą pažeidimą nustatyto bazinio baudos dydžio. Nustačius Reklamos įstatyme įtvirtintas atsakomybės lengvinančias aplinkybes, bazinis baudos dydis atitinkamai už kiekvieną lengvinančią aplinkybę mažinamas iki 20 proc. Priežiūros institucija, mažindama bazinį baudos dydį, atsižvelgia į atsakomybės lengvinančios aplinkybės reikšmingumą.

10. Jeigu yra atsakomybė sunkinančių aplinkybių, skiriamos baudos dydis turi būti ne mažesnis nei už padarytą pažeidimą nustatytas bazinis baudos dydis. Nustačius Reklamos įstatyme įtvirtintų sunkinančių aplinkybių, bazinis baudos dydis atitinkamai už kiekvieną sunkinančią aplinkybę didinamas iki 20 proc. Priežiūros institucija, didindama bazinį baudos dydį, atsižvelgia į atsakomybės sunkinančios aplinkybės reikšmingumą.

II. Dėl įspėjimų už Įstatymo pažeidimą taikymo pagrindų (Aprašo III skyrius)

12. Matyti, jog Aprašo III skyriuje numatyti įspėjimo už RĮ skyrimo pagrindai iš esmės perkelti iš Konkurencijos tarybos patvirtintų Paaiškinimų dėl mažareikšmiškumo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo byloje. Tačiau akivaizdu, jog *Konkurencijos tarybos taikytų mažareikšmiškumo požymių prilyginimas įspėjimo skyrimo pagrindams yra iš esmės ydingas.*
13. Pirma, iki šiol galiojęs teisinis reguliavimas, kuris įtvirtintas RĮ bei Konkurencijos tarybos patvirtintuose Paaiškinimuose dėl mažareikšmiškumo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo byloje, numatė, kad tokie požymiai kaip nežymus reklamos sklaidos mastas, trumpa reklamos sklaidos trukmė, nežymus reklamos poveikis vartotojų ekonominiam elgesiui, reklamos adresavimas specialių žinių turinčiai reklamos vartotojų grupei, techninė klaida yra mažareikšmio RĮ pažeidimo požymiai, kuriems esant pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą iš viso atsisakoma⁷. Tuo tarpu, priėmus Aprašą, būtų nustatytas teisinis reguliavimas, pagal kurį *dėl RĮ pažeidimo, kuris iš esmės yra mažareikšmis, turėtų būti visuomet pradedama skundo nagrinėjimo procedūra ir reklaminės veiklos subjektui taikoma poveikio priemonė – įspėjimas.* Akivaizdu, kad toks reguliavimas prieštarautų teisėkūros proporcingumo, efektyvumo ir sistemiškumo principams, smarkiai padidintų tyrimų dėl RĮ pažeidimų skaičių ir lemtų itin sunkias pasekmes verslo sąlygoms.
14. Antra, vadovaujantis Lietuvos Respublikos viešojo administravimo įstatymo („VAĮ“) 36⁹ straipsnio 2 dalimi, teisės aktų reikalavimų pažeidimai, kurie laikomi mažareikšmiais konkrečiose ūkio subjektų veiklos srityse, ar tokių pažeidimų kriterijai nurodomi priežiūrą atliekančio subjekto vadovo [...] arba aukštesniojo pagal pavaldumą viešojo administravimo subjekto priimamuose norminiuose teisės aktuose. Taigi, nagrinėjamu atveju, RĮ pažeidimų, kurie laikomi mažareikšmiais, kriterijai turi būti įtvirtinti Priežiūros institucijos direktoriaus įsakyme. Manytina, kad Priežiūros institucijos direktoriaus įsakyme mažareikšmiškumo požymiai bus panašūs į tuos, kurie numatyti Konkurencijos tarybos patvirtintuose Paaiškinimuose dėl mažareikšmiškumo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo byloje. Taigi, tokių kriterijų kaip nežymus reklamos sklaidos mastas, trumpa reklamos sklaidos trukmė, nežymus reklamos poveikis vartotojų ekonominiam elgesiui, reklamos

⁷ RĮ 25 str. 5 d. 6 p., Paaiškinimai dėl mažareikšmiškumo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo byloje, patvirtinti Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos 2013 m. rugsėjo 24 d. nutarimu Nr. 15-134

adresavimas specialių žinių turinčiai reklamos vartotojų grupei, techninė klaida (t.y. mažareikšmio pažeidimo kriterijų) jokių būdu negalima įtvirtinti Apraše kaip įspėjimo už RĮ pažeidimą skyrimo pagrindus, nes, priešingu atveju, lieka neaišku, kokius mažareikšmio pažeidimo kriterijus turėtų patvirtinti Priežiūros institucija.

15. Atsižvelgiant į išdėstytus argumentus, siūlome Apraše įspėjimo skyrimo pagrindais numatyti bendresnius kriterijus, paliekant Priežiūros institucijai daugiau diskrecijos kiekvienu konkrečiu atveju įvertinti, kokie pažeidimai laikomi nedarančiais esminės žalos RĮ saugomiems vartotojų interesams.

16. Siūlome Aprašo 14 ir 15 punktus formuluoti taip:

„14. Kai pažeidimu nepadaroma esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams, Priežiūros institucija, vadovaudamasi teisingumo ir protingumo kriterijais, už pažeidimą Reklaminės veiklos subjektams gali taikyti – įspėjimą, neskiriant baudos.

15. Priežiūros institucija, vertindama, ar dėl galimo Reklamos įstatymo pažeidimo nepadaroma esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams, atsižvelgia į: reklamos sklaidos mastą, reklamos sklaidos trukmę, poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, reklaminės veiklos subjekto pajamas iš tiesiogiai su pažeidimu susijusių prekių ar paslaugų pardavimų (jeigu jas įmanoma nustatyti), reklaminės veiklos subjekto kaltės formą, reklaminės veiklos subjekto elgesiui sužinojus, kad jo veiksmai gali būti vertinami kaip RĮ pažeidimas, kitas reikšmingas aplinkybes. šiuos požymius:

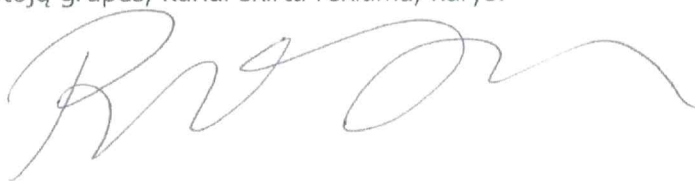
15.1. nežymus reklamos sklaidos mastas. Priežiūros institucija vertindama reklamos sklaidos mastą atsižvelgia į reklamos sklaidimo dažnumą, sklaidos priemonių skaičių ir kitas sklaidos masto nustatymui reikšmingas aplinkybes, t. y. spaudos tiražą, televizijos kanalų, radijo stočių, interneto tinklalapių skaičių ir kt.;

15.2. trumpa reklamos sklaidos trukmė. Nedarančia esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams gali būti pripažinta aplinkybė, kad reklama sklaidoma tik kelis kartus, kelias sekundes;

15.3. nežymus reklamos poveikis vartotojų ekonominiam elgesiui. Priežiūros institucija atsižvelgia į reklamoje pateiktos informacijos, su kuria susijęs galimas pažeidimas, turinį ir tai, ar jis yra tiesiogiai susijęs su skatinimu įsigyti prekių iš reklamos davėjo ar naudotis jo paslaugomis. Nedarančia esminės žalos Reklamos įstatymo saugomiems vartotojų interesams gali būti pripažinta aplinkybė, kad reklamoje pateiktoje informacijoje yra nežymių netikslumų (paklaidų) ar bendro pobūdžio su prekėmis ir paslaugomis nesusijusių teiginių, kurie gali daryti tik nereikšmingą įtaką vartotojo sprendimui pasirinkti reklamos davėjo prekes ar paslaugas;

15.4. galimas pažeidimas yra susijęs su reklamoje pateikta informacija, kai reklama yra skirta specialių žinių turinčiai reklamos vartotojų grupei. Priežiūros institucija vertindama reklamoje pateiktą informaciją, kai reklama yra skirta specialių žinių turinčiai reklamos vartotojų grupei, atsižvelgia į reklamoje pateiktos informacijos turinį ir kompetenciją, kurią gali turėti vidutinis reklamos vartotojų grupės, kuriai skirta reklama, narys.

Pagarbiai



Vykdančioji direktorė

Rūta Vainienė



ORIGINALAS NEBUS
SIUNČIAMAS

VALSTYBINĖ MAISTO IR VETERINARIJOS TARNYBA

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijai

2019-08-05 Nr. B6-(11,12)-2296

Į 2019-08-02 Nr. (28.6-41)-3-2970

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO „DĖL ĮSPĖJIMŲ IR BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS SKYRIMO TVARKOS APRAŠO PATVIRTINIMO PROJEKTO

Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba (toliau – VMVT), pagal kompetenciją išnagrinėjusi Jūsų 2019-08-02 raštu Nr. (28.6-41)-3-2970 pateiktą derinti Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projektą (toliau – projektas), informuoja, kad pastabų ir pasiūlymų projektui neturi.

Direktoriaus pavaduotoja,
pavadojanti direktorių

Jurgita Bakasėnienė

Vaida Lissauskienė, tel. (8 5) 205 1630, el. p. vaida.lissauskiene@vmvt.lt



**KULTŪROS PAVELDO DEPARTAMENTAS
PRIE KULTŪROS MINISTERIJOS**

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų
ministerijai

2019-08-08 Nr. (3.10.)2-1836
I 2019-08-02 Nr. (28.6-41)-3-2970

**DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO „DĖL ĮSPĖJIMŲ IR
BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS
SKYRIMO TVARKOS APRAŠO PATVIRTINIMO“ PROJEKTO NR. 19-9131**

Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos (toliau – Departamentas), susipažindinęs su Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo“ projektu Nr. 19-9131, informuoja, kad Departamentas pagal kompetenciją pastabų minėtam projektui neturi.

Direktorius

Vidmantas Bezaras

J. Bertulytė, tel. (8 5) 272 40 56, justina.bertulyte@kpd.lt



LVOA

LIETUVOS VARTOTOJŲ
ORGANIZACIJŲ
ALJANSAS

Lietuvos vartotojų organizacijų aljansas

Parko g. 3-7, 11203 Vilnius. Lietuva

Tel: +370 611 35509

El. paštas: info@consumer.lt

WWW: <http://www.lvoa.lt>

2019-08-13 Nr.RP-05

I 2019-08-02 Nr.(28.6-41)-3-2970

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijai
kanc@eimin.lt

DĖL LR VYRIAUSYBĖS NUTARIMO PROJEKTO

Susipažinę su Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo "*Dėl įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo*" projektu pažymime, kad projektui pritariame ir pastabų neturime.

Šis raštas siunčiamas tik el. paštu.

Pagarbiai

Viceprezidentas

Kęstutis Kupšys