

LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖ

NUTARIMAS

DĖL ĮSPĖJIMŲ IR BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS
ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS SKYRIMO TVARKOS APRAŠO
PATVIRTINIMO

2019 m.

d. Nr.

Vilnius

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalimi, Lietuvos Respublikos Vyriausybė n u t a r i a:

Patvirtinti Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašą (pridedama).

Ministras Pirmininkas

Ekonomikos ir inovacijų ministras

Ekonomikos ir inovacijų
viceministras

Gintaras Vilda

Energetikos ministras,
PAVADOVANTIS EKONOMIKOS
IR INOVACIJŲ MINISTRĄ

Žygimantas Vaičiūnas
2019-09-20

Ekonomikos ir inovacijų ministerijos
Teisės departamento
direktore

Rūta Jovaišienė

Ekonomikos ir inovacijų ministerijos
Strateginio planavimo ir viešųjų organizavimų
departamento Asmenų, uždarbinimo ir
dokumentų valdymo skyriaus sekretoriaus

2019-09-19

PATVIRTINTA
Lietuvos Respublikos Vyriausybės
2019 m. d.
nutarimu Nr.

ISPĖJIMŲ IR BAUDŲ UŽ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMUS SKYRIMO TVARKOS APRAŠAS

I SKYRIUS BENDROSIOS NUOSTATOS

1. Įspėjimų ir baudų už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skyrimo tvarkos aprašas (toliau – Aprašas) reglamentuoja įspėjimų skyrimo ir baudų, kurios skiriamos pagal Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 3 ir 4 dalis, dydžio nustatymo tvarką.
2. Reklamos įstatymo pažeidimus (toliau – pažeidimai) tiria Reklamos įstatyme nurodytos reklamos priežiūros institucijos (toliau – Priežiūros institucija).
3. Aprašo tikslas – nustatyti įspėjimo skyrimo ir baudos dydžio nustatymo, atsižvelgiant į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę, mastą, atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, tvarką.
4. Apraše vartojamos sąvokos apibrėžtos Reklamos įstatyme.

II SKYRIUS ISPĖJIMŲ SKYRIMAS IR BAUDŲ DYDŽIO NUSTATYMAS

5. Už Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalies pažeidimą reklaminės veiklos subjektui skiriamas baudos dydis apskaičiuojamas trimis etapais:
 - 5.1. pirmuoju etapu, vadovaujantis Aprašo 6 punktu, apskaičiuojamas pradinis baudos dydis;
 - 5.2. antruoju etapu, vadovaujantis Aprašo 7 punktu, apskaičiuojamas bazinis baudos dydis;
 - 5.3. trečiuoju etapu, vadovaujantis Aprašo 8, 9 ir 10 punktais, apskaičiuojamas skiriamos baudos dydis.
6. Pradinis baudos dydis lygus 1,5 procento (pakartotinai pažeidus Reklamos įstatymą – 3 procentams) reklaminės veiklos subjekto metinių pajamų praėjusiais finansiniais metais, o jeigu reklaminės veiklos subjektas veikia trumpiau kaip vienus metus, nustatomas pradinis baudos dydis lygus 1,5 procento jo pajamų einamaisiais finansiniais metais, neviršijant Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytos maksimalios baudos dydžio ribos.
7. Bazinis baudos dydis apskaičiuojamas sumažinant arba padidinant pradinį baudos dydį, tačiau neviršijant Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 dalyje nustatytos maksimalios baudos dydžio ribos, atsižvelgiant į:
 - 7.1. pažeidimo pobūdį – nuo pažeidimo pobūdžio priklausantis baudos dydis, atsižvelgiant į pažeidimo pavojingumą: intensyvumą, agresyvumą, dažnumą, į padarytą žalą vartotojams, visuomenei ar jos grupei ar galimą riziką ją sukelti (toliau – pavojingumas) ir kitas pažeidimo pobūdžiui reikšmingas aplinkybes, kurių svarba ir įtaka priklauso nuo kiekvieno konkretaus pažeidimo, apskaičiuojamas pradinį baudos dydį didinant arba mažinant iki 30 procentų;

7.2. pažeidimo trukmę – nuo pažeidimo trukmės priklausantis baudos dydis, atsižvelgiant į konkrečias su pažeidimo terminu susijusias aplinkybes, apskaičiuojamas pradinį baudos dydį didinant arba mažinant iki 30 procentų;

7.2.1. trumpos trukmės pažeidimo atveju (jei, atsižvelgiant į skirtingas reklamos pateikimo priemones ir būdus, pažeidimas truko iki kelių minučių, keleto dienų ar kitą santykinai trumpą laiko tarpą) – baudos dydis mažinamas iki 30 procentų,

7.2.2. vidutinės trukmės pažeidimo atveju (jei, atsižvelgiant į skirtingas reklamos pateikimo priemones ir būdus, pažeidimas truko iki kelių valandų, keleto savaitių ar kitą vidutinio ilgumo laiko tarpą) – baudos dydis didinamas iki 15 procentų,

7.2.3. ilgos trukmės pažeidimo atveju (jei, atsižvelgiant į skirtingas reklamos pateikimo priemones ir būdus, pažeidimas truko ilgiau nei kelias valandas, ilgiau nei keletą savaitių ar kitą ilgą laiko tarpą) – baudos dydis didinamas iki 30 procentų;

7.3. pažeidimo mastą – nuo pažeidimo masto priklausantis baudos dydis, atsižvelgiant į komercinės veiklos subjekto gautą naudą, geografinį mastą, informacijos perdavimo priemonių skaičių, pažeidimo įtaką vartotojų ekonominiam elgesiui ir į kitas pažeidimo masto požyrius reikšmingas aplinkybes, apskaičiuojamas pradinį baudos dydį didinant arba mažinant iki 30 procentų.

8. Nustačius bazinį baudos dydį, skaičiuojamas skiriamos baudos dydis, atsižvelgiant į Reklamos įstatymo 24 straipsnio 6 ir 7 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias arba sunkinančias aplinkybes.

9. Jeigu yra atsakomybę lengvinančių aplinkybių, skiriamos baudos dydis, įvertinus lengvinančių aplinkybių skaičių, reikšmingumą ir pobūdį, mažinamas iki 40 procentų apskaičiuoto bazinio baudos dydžio.

10. Jeigu yra atsakomybę sunkinančių aplinkybių, skiriamos baudos dydis, įvertinus sunkinančių aplinkybių skaičių, reikšmingumą ir pobūdį, didinamas iki 40 procentų apskaičiuoto bazinio baudos dydžio.

11. Skiriant baudą už Reklamos įstatymo 24 straipsnio 3 dalyje nustatyto įpareigojimo nevykdymą turi būti atsižvelgiama į pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę, mastą ir Reklamos įstatymo 24 straipsnio 6 ir 7 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes.

12. Baudai, skiriamai už Reklamos įstatymo 24 straipsnio 4 dalyje nustatyto įpareigojimo nevykdymą, apskaičiuoti *mutatis mutandis* taikomos Aprašo 6–10 punktų nuostatos, pradinį baudos dydį pagal Aprašo 6 punktą prilyginant pusei Reklamos įstatymo 24 straipsnio 4 dalyje nustatytos maksimalios baudos.

13. Išnagrinėjusi bylą ir nustačiusi, kad pažeidimu nedaroma esminė žala Reklamos įstatymo saugomiems interesams, Priežiūros institucija, vadovaudamasi teisingumo ir protingumo kriterijais, už Reklamos įstatymo pažeidimą reklaminės veiklos subjektams gali taikyti nuobaudą – įspėjimą ir baudos neskirti. Jeigu pažeidimas nedidelio pavojaus, pažeidimo trukmė trumpa (suprantama taip, kaip ji apibrėžiama Aprašo 7.2.1 papunktyje) pažeidimo mastas nedidelis ir nėra atsakomybę sunkinančių aplinkybių, preziumuojama, kad pažeidimu nepadaryta esminė žala Reklamos įstatymo saugomiems interesams.

14. Priežiūros institucija, skirdama įspėjimą, vadovaujasi Reklamos įstatymo 25 straipsnio 17 dalyje nustatytais Priežiūros institucijos nutarimų surašymo formos ir turinio reikalavimais.

15. Jeigu pagal Aprašą nustatyta bauda viršija Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 3 arba 4 dalyse nustatytus maksimalius baudos dydžius, reklaminės veiklos subjektui skiriama atitinkamai Reklamos įstatymo 24 straipsnio 1 arba 8 dalyse nustatyto maksimalaus dydžio bauda.

III SKYRIUS BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

16. Priežiūros institucijų nutarimai skelbiami Reklamos įstatymo 25 straipsnio 18 dalyje nustatyta tvarka nepažeidžiant asmens duomenų apsaugos, valstybės, tarnybos, komercinės ir kitų įstatymų saugomų paslapčių apsaugos reikalavimų, taip pat laikantis kitų įstatymuose nustatytų apribojimų ir draudimų.

Ekonomikos ir inovacijų
viceministras

Gintaras Vilda

Energetikos ministras,
PAVAHONAJAMIS EKONOMIKOS
IA INOVACIJŲ MINISTERIA

Žygimantas Vaičiūnas

2019-09-20

Ekonomikos ir inovacijų ministerijos
Teisės departamento
direktorė

2019 09 20

Elita Jovaišienė

Ekonomikos ir inovacijų ministerijos
Strateginio planavimo ir politikos organizavimo
departamento Asmens duomenų apsaugos ir
dokumentų valdymo skyriaus vadovė

2019-09-19