

**LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS KANCELIARIJA
EKONOMIKOS PAŽANGOS DEPARTAMENTO EKONOMIKOS SKYRIUS
PAŽYMA**

**DĖL REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ
PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹ STRAIPSNIU ĮSTATYMO PROJEKTO
(NR. 16-1439(6), TAP 16-779(4), TAP 16-780(4))**

2016-09-20 Nr. NV-2940

Vilnius

1. **Projekto rengėjas:** Ūkio ministerija.
2. **Projektų tikslas, esmė:** pašalinti Reklamos įstatymo įgyvendinimo praktikoje išryškėjusius trūkumus, suderinti su Civilinio kodekso ir Paslaugų įstatymo nuostatomis, mažinti administracinę naštą ūkio subjektams. Reklamos įstatymo pakeitimo įstatymo projektu nustatoma nauja sąvoka - „Iškaba“, reglamentuojama iškabos įrengimo vieta ir teikiama informacija. Iškaba atskiriama nuo kitos išorinės reklamos. Papildoma „Išorinės reklamos“ sąvoka, nustatomos išorinės reklamos įrengimo daugiabučiame name sąlygos ir atvejai (laikoma, kad daugiabučio namo savininkų sutikimas dėl nešviečiančios iškabos įrengimo ant reklaminės veiklos subjekto teisėtais pagrindais valdomų negyvenamųjų patalpų gautas jei gautas susirinkime dalyvavusių savininkų balsų daugumos pritarimas, bet nemažiau kaip 1/4 visų butų ir kitų patalpų savininkų balsų pritarimas). Reglamentuojama, kada leidimas įrengti išorinę reklamą nereikalingas. Dėl leidimo išorinei reklamai įrengti į savivaldybę kreipiamasi elektroninėmis priemonėmis arba tiesiogiai, leidimus išduoda savivaldybės vykdomoji institucija arba (kai savivaldybės gyventojų skaičius didesnis kaip 100 tūkstančių), jos įgaliotas savivaldybės administracijos valstybės tarnautojas kartu su patariamąja komisija. Leidimai išduodami ne vėliau kaip per 20 dienų. Leidimo galiojimo terminas iškabai ar išorinei reklamai, kurioje pateikiamas tik prekių ženklas, negali būti ilgesnis kaip 10 metų ir ne ilgesnis kaip 5 metai, kitai išorinei reklamai. Reglamentuojamos leidimo turėtojo teisės ir pareigos. Konkretizuojama informacija susijusi su komercine paslaptimi. Teikiamoje Administracinės naštos ūkio subjektams ataskaitoje nurodoma, kad dėl Reklamos įstatymo pakeitimo įstatymo administracinė našta sumažės 350 tūkst. eurų.
3. **Derinimas:** įstatymo projektas 2016 05 24 svarstytas ministerijų atstovų pasitarime ir Vyriausybės 2016 07 11 bei 2016 08 25 pasitarimuose. Teikiamas patikslintas įstatymo projektas, kuriame atsižvelgta į Vyriausybės pasitarime pateiktas Teisingumo ministerijos pastabas, susijusias su daugiabučio namo patalpų savininkų sprendimu dėl leidimo įrengti nešviečiančią iškabą ant reklaminės veiklos subjekto teisėtais pagrindais valdomų negyvenamųjų patalpų.
4. **Dalykinio vertinimo išvada:** teikiamas projektas iš esmės atitinka Vyriausybės darbo reglamento reikalavimus.

Patarėjas

Aloyzas Duksa

Aloyzas Duksa, tel. 8 706 63 733, el. p. aloyzas.duksa@lr.lt



LIETUVOS RESPUBLIKOS ŪKIO 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@ukmin.lt, <http://www.ukmin.lt>.
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188621919

Lietuvos Respublikos Vyriausybei

2016-09-16
I 2016-08-25

Nr. (28.2-83)-3-4156
protokolas Nr. 49

DĖL PATIKSLINTO LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹ STRAIPSNIU ĮSTATYMO PROJEKTO

Teikiame svarstyti po Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2016 m. rugpjūčio 25 d. pasitarimo atsižvelgiant į Teisingumo ministerijos pastabas patikslintą Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 ir 26 straipsnių pakeitimo ir Įstatymo papildymo 21¹ straipsniu įstatymo projektą (toliau – Reklamos įstatymo pakeitimo projektas).

Vykdamas minėto pasitarimo protokolo Nr. 49 (3 klausimas) pavedimą, Reklamos įstatymo pakeitimo projektas suderintas darbo tvarka su Teisingumo ministerija.

Reklamos įstatymo pakeitimo projekto tikslas – pagerinti išorinės reklamos verslo aplinką, mažinti reklaminės veiklos subjektams informacinių įpareigojimų sukeltą administracinę naštą, pašalinti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo (toliau – Reklamos įstatymas) įgyvendinimo praktikoje išryškėjusius trūkumus.

Reklamos įstatymo pakeitimo projektas parengtas atsižvelgiant į Lietuvos Respublikos civilinio kodekso nuostatų, reglamentuojančių butų ir kitų patalpų savininkų bendrosios dalinės nuosavybės teisės įgyvendinimą, pakeitimus, Lietuvos Respublikos specialiųjų tyrimų tarnybos 2015 m. spalio 2 d. antikorupcinio vertinimo išvadoje Nr. 4-01-6987 „Dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 12 straipsnio 6 dalies ir kitų teisės aktų, reglamentuojančių leidimų įrengti išorinę reklamą išdavimą“ pateiktus pasiūlymus, praktikoje kylančius teisinio reguliavimo neaiškumus ir suinteresuotų institucijų siūlymus, taip pat siekiant Reklamos įstatymą tinkamai suderinti su Lietuvos Respublikos paslaugų įstatymu.

Išsamūs Reklamos įstatymo pakeitimo projekte siūlomų pakeitimų paaiškinimai pateikti šio projekto aiškinamajame rašte.

Reklamos įstatymo pakeitimo projektas skelbiamas Lietuvos Respublikos Seimo kanceliarijos teisės aktų informacinėje sistemoje.

Reklamos įstatymo pakeitimo projektą parengė Ūkio ministerijos Pramonės ir prekybos departamento Vidaus prekybos politikos skyriaus (vedėja – Birutė Janutėnienė, tel. 8 706 64 756, el.

p. birute.januteniene@ukmin.lt) vyriausioji specialistė Vitalija Stanionienė (tel. 8 706 64 851, el. p. vitalija.stanioniene@ukmin.lt).

PRIDEDAMA:

1. Reklamos įstatymo pakeitimo projektas ir jo lyginamasis variantas, 16 lapų.
2. Reklamos įstatymo pakeitimo projekto aiškinamasis raštas, 10 lapų.
3. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo projektas, 1 lapas.
4. Administracinės naštos ūkio subjektams apskaičiavimo ataskaita, 6 lapai.

Ūkio ministras



Evaldas Gustas

LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖ

NUTARIMAS

**DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14,
15, 19, 21, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO
21¹ STRAIPSNIU ĮSTATYMO PROJEKTO PATEIKIMO
LIETUVOS RESPUBLIKOS SEIMUI**

2016 m.

d. Nr.

Vilnius

Lietuvos Respublikos Vyriausybė n u t a r i a :

1. Pritarti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 ir 26 straipsnių pakeitimo ir įstatymo papildymo 21¹ straipsniu įstatymo projektui ir pateikti jį Lietuvos Respublikos Seimui.

2. Įgalioti ūkio ministrą Evaldą Gustą, o jam negalint dalyvauti – ūkio viceministrą Marių Skarupską atstovauti Lietuvos Respublikos Vyriausybei, svarstant nurodytą įstatymo projektą Lietuvos Respublikos Seime.

Ministras Pirmininkas

Ūkio ministras

Ūkio ministras
Evaldas Gustas
16-03-16

Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos
Tiesės ir pirkimų departamento
direktore
Lina Čiulėnaitė
2016-03-15

LIETUVOS RESPUBLIKOS
REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ
PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹ STRAIPSNIU ĮSTATYMO PROJEKTO
AIŠKINAMASIS RAŠTAS

1. Įstatymo projekto rengimą paskatinusios priežastys, parengto projekto tikslai ir uždaviniai

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 ir 26 straipsnių pakeitimo ir Įstatymo papildymo 21¹ straipsniu įstatymo projektas (toliau – Įstatymo projektas) parengtas atsižvelgiant į Lietuvos Respublikos civilinio kodekso (toliau – Civilinis kodeksas) nuostatų, reglamentuojančių butų ir kitų patalpų savininkų bendrosios dalinės nuosavybės teisės įgyvendinimą, pakeitimus, praktikoje kylančius teisinio reguliavimo neaiškumus ir suinteresuotų institucijų siūlymus, taip pat siekiant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymą (toliau – Reklamos įstatymas) suderinti su Lietuvos Respublikos paslaugų įstatymu (toliau – Paslaugų įstatymas).

Įstatymo projekto tikslas – pagerinti išorinės reklamos verslo aplinką, mažinti reklaminės veiklos subjektams informacinių įpareigojimų sukeltą administracinę naštą, pašalinti Reklamos įstatymo įgyvendinimo praktikoje išryškėjusius trūkumus.

2. Įstatymo projekto iniciatoriai (institucija, asmenys ar piliečių įgalioti atstovai) ir rengėjai

Įstatymo projekto iniciatorė – Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. Įstatymo projektą parengė Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos Pramonės ir prekybos departamento Vidaus prekybos politikos skyriaus (vedėja Birutė Janutėnienė, tel. 8 706 64 756) vyriausioji specialistė Vitalija Stanionienė (tel. 8 706 64 851).

3. Kaip šiuo metu yra reguliuojami Įstatymo projekte aptarti teisiniai santykiai

Reklamos įstatyme išorinė reklama apibrėžta kaip reklama, kurios įvairios specialios ir pritaikytos pateikimo priemonės yra ne patalpose. Išorinės reklamos įrengimo reikalavimai ir leidimų įrengti išorinę reklamą (toliau – leidimas) išdavimo, jų galiojimo sustabdymo, galiojimo sustabdymo panaikinimo ir leidimų galiojimo panaikinimo reikalavimai yra nustatyti Reklamos įstatymo 12 straipsnyje. Šiame straipsnyje, be kita ko, nustatyta, kad draudžiama įrengti išorinę reklamą ant bendrojo naudojimo objektų neturint butų ar kitų patalpų savininkų daugumos sutikimo, taip pat draudžiama įrengti išorinę reklamą neturint leidimo ją įrengti. Pastarasis draudimas taikomas visai išorinei reklamai, neatsižvelgiant į jos įrengimo vietą ar pateikimo priemones. Kaip parodė praktika, tam tikrais atvejais, pvz., įrengiant išorinę reklamą parduotuvių vitrinose ar statinyje, kuris turi stogą, bet neturi sienų ir negali būti laikomas patalpa, taip pat pateikiant išorinę reklamą ant transporto priemonių ar įrengiant nedidelių matmenų iškabas, šis draudimas yra neproporcingas siekiamiems tikslams ir nepagrįstai didina verslui administracinę naštą. Be to, pagal Reklamos įstatymo 12 straipsnio nuostatas leidimus išduoda, sustabdo jų galiojimą, panaikina galiojimo sustabdymą, panaikina leidimų galiojimą savivaldybės, kurios teritorijoje įrengiama išorinė reklama, vykdomoji institucija. Ši institucija taip pat nustato terminą, per kurį, pasibaigus leidimo galiojimo terminui ar panaikinus leidimo galiojimą, reklaminės veiklos subjektas privalo išardyti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę, nukabinti reklamą ir sutvarkyti aplinką. Taip pat šiame straipsnyje nustatytas reikalavimas reklaminės veiklos subjektui ištaisyti savivaldybės vykdomosios institucijos nurodytus dokumentų, pateiktų leidimui gauti, trūkumus ar išorinės reklamos įrengimo trūkumus per 5 darbo dienas. Tačiau pagal šio straipsnio nuostatas leidimų galiojimo terminą nustato ne Reklamos įstatymas, o jo įgyvendinamasis teisės aktas – Išorinės reklamos įrengimo taisyklės, patvirtintos Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2013 m. liepos 30 d. įsakymu Nr. 4-670 „Dėl Išorinės reklamos įrengimo taisyklių patvirtinimo ir Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2000 m. gruodžio 1 d. įsakymo Nr. 405 „Dėl Išorinės reklamos įrengimo tipinių taisyklių patvirtinimo“ ir jį keitusių įsakymų pripažinimo

netekusiais galios“ (toliau – Išorinės reklamos įrengimo taisyklės). Be to, Reklamos įstatyme nustatytas draudimas įrengti išorinę reklamą gatvėse ir prie jų, jeigu ji gali užstoti technines eismo reguliavimo priemonės, pabloginti matomumą, akinti eismo dalyvius, kelti pavojų eismo dalyviams, tačiau įstatyme reklaminės veiklos subjektui nėra nustatyta reikalavimo įrengiant išorinę reklamą vadovautis eismo saugumą reglamentuojančių teisės aktų nuostatomis. Taip pat Reklamos įstatyme nenustatytos reklaminės veiklos subjektų, turinčių leidimus, teisės, nenustatytas terminas, per kurį turėtų būti išduotas leidimas.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos rinkliavų įstatymo nuostatomis, už leidimo išdavimą mokama vietinė rinkliava, kurios dydis ir mokėjimo tvarka nustatoma savivaldybės tarybos patvirtintuose vietinės rinkliavos nuostatuose. Pažymėtina, kad minėtuose nuostatuose paprastai nustatoma, kad už leidimo išdavimą vietinė rinkliava gali būti sumokama ne tik prieš išduodant leidimą, bet ir jį išdavus, tačiau Reklamos įstatyme nėra numatyta galimybės panaikinti leidimo galiojimą, jeigu reklaminės veiklos subjektas nesumoka vietinės rinkliavos. Reklamos įstatyme taip pat nėra nustatyta pareigos reklaminės veiklos subjektui pašalinti iškabą, kai jis nutraukia savo veiklą buveinės pastate ar prekybos ar paslaugų teikimo vietoje, ant (prie) kurios įrengta jo iškaba.

Pagal Reklamos įstatymo 14 straipsnio nuostatas, maisto reklamoje turi būti pateikta minėtame straipsnyje nurodyta privaloma informacija, t. y. nuoroda, kad maistas yra genetiškai modifikuotas (maisto reklamoje), nuoroda „Maisto papildas“ (maisto papildų reklamoje) ir žodžiai „nevartoti su alkoholiniais gėrimais“ (energinių gėrimų reklamoje), tačiau kai kuriais atvejais, pateikiant reklamoje tik maisto gamintojo pavadinimą ar jo prekių ženklą (pvz., ant pastatų sienų ar durų, ant kurių įrengtos iškabos ir pateikti prekių ženklai, ant kepuraičių, pieštukų ar kitų suvenyrų ir pan.) reikalavimas pateikti minėtą privalomą informaciją verslui sukelia nepagrįstą našta, yra perteklinis ir neproporcingas siekiamam tikslui.

Reklamos įstatymo 21 straipsnyje nustatytas draudimas priežiūros institucijų darbuotojams atskleisti jiems patikėtą reklaminės veiklos subjektų komercinę paslaptį, tačiau įstatyme nėra nuostatų, reglamentuojančių komercinių paslapių apsaugą.

Pagal Reklamos įstatymo 26 straipsnio nuostatas, priežiūros institucijų (tarp jų – ir savivaldybės vykdomosios institucijos) paskirta bauda sumokama į valstybės biudžetą.

4. Kokios siūlomos naujos teisinio reguliavimo nuostatos ir kokių teigiamų rezultatų laukiama

Dėl Įstatymo projekto 1 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 2 straipsnio

Atsižvelgiant į tai, kad Įstatymo projekte vartojama iškabos sąvoka, siūloma papildyti Reklamos įstatymo 2 straipsnį iškabos sąvokos apibrėžtimi, kuri šiuo metu yra nustatyta Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse. Siekiant išvengti galimų neaiškumų atskiriant iškabą nuo kitos išorinės reklamos, pvz., nustatant leidimo galiojimo terminą ar taikant Įstatymo projekte numatytą reikalavimą pašalinti iškabą, kai reklaminės veiklos subjektas nutraukia savo veiklą buveinės pastate arba prekybos ar paslaugų teikimo vietoje, ant (prie) kurios įrengta iškaba, iškabos sąvokos apibrėžtyje nurodoma iškabos pateikimo vieta ir nustatomas baigtinis sąrašas informacijos, kurią galima pateikti iškaboje.

Iškaboje pateikiama informacija – reklamos davėjo pavadinimas, prekybos ar paslaugų teikimo vietos pavadinimas, parduodamų prekių ar teikiamų paslaugų pavadinimas – didina reklamos davėjo ar jo prekybos ar paslaugų teikimo vietos žinomumą, kuris yra vienas esminių veiksmų, skatinančių įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis. Todėl, vadovaujantis Reklamos įstatyme įtvirtinta reklamos sąvoka, iškaboje pateikiama informacija laikytina reklama, be to, iškabos paprastai įrengiamos pastato išorėje. Atsižvelgiant į tai ir siekiant teisinio aiškumo, siūloma atitinkamai patikslinti Reklamos įstatyme įtvirtintą išorinės reklamos sąvoką. Be to, išorinės reklamos sąvoką siūloma tikslinti atsižvelgiant į teismų praktiką, pagal kurią reklama pripažintina išorine ir tuo atveju, kai reklamos pateikimo priemonė yra patalpų viduje, bet reklama yra matoma iš lauko pusės (Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2007 m. kovo 23 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A10-306/2007).

Be to, Įstatymo projektu siūloma Reklamos įstatyme pateiktą pradinio maitinimo kūdikių mišinių sąvokos apibrėžtį suderinti su 2013 m. birželio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) Nr. 609/2013 dėl kūdikiams ir mažiems vaikams skirtų maisto produktų, specialiosios

medicininės paskirties maisto produktų ir viso paros raciono pakaitalų svoriui kontroliuoti ir kuriuo panaikinami Tarybos direktyva 92/52/EEB, Komisijos direktyvos 96/8/EB, 1999/21/EB, 2006/125/EB ir 2006/141/EB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2009/39/EB ir Komisijos reglamentai (EB) Nr. 41/2009 ir (EB) Nr. 953/2009 (toliau – reglamentas Nr. 609/2013), kuris taikomas nuo 2016 m. liepos 20 d.

Dėl Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio

Įstatymo projekte siūloma tikslinti Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 1 punktą ir išbraukti kaip perteklines nuostatas, susijusias su stendų, informuojančių eismo dalyvius apie kelio būklę, įrengimu ir su išorinės reklamos, įrengtos nesilaikant 12 straipsnio 1 dalies 1 punkte nustatytų draudimų, pašalinimu. Pažymėtina, kad stenduose pateikiama informacija apie kelio būklę nelaikytina reklama, todėl tokių stendų įrengimas yra ne Reklamos įstatymo reguliavimo dalykas, o išorinės reklamos, įrengtos nesilaikant Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 1 punkte nustatytų draudimų, pašalinimą reglamentuoja Lietuvos Respublikos kelių įstatymas ir jo įgyvendinamasis teisės aktas – Kelių priežiūros tvarkos aprašas, patvirtintas Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2004 m. vasario 11 d. nutarimu Nr. 155 „Dėl Kelių priežiūros tvarkos aprašo patvirtinimo“.

Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 4 punkto nuostata, įtvirtinanti draudimą įrengti išorinę reklamą ant bendrojo naudojimo objektų, neturint butų ir kitų patalpų savininkų daugumos sutikimo, apsunkina, o kartais ir padaro neįmanomą išorinės reklamos, taigi ir iškabos, įrengimą ant šių objektų. Pažymėtina, kad Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 4.82, 4.83, 4.84, 4.85 straipsnių pakeitimo ir papildymo įstatymas, kuris įsigaliojo 2013 m. sausio 1 d., numato galimybę kituose įstatymuose įtvirtinti kitokią sprendimų dėl butų ir kitų patalpų savininkų bendrosios dalinės nuosavybės teisės įgyvendinimo priėmimo tvarką nei butų ir kitų patalpų savininkų balsų dauguma pagrįsti sprendimai. Atsižvelgiant į tai ir siekiant mažinti administracinę naštą verslui bei suderinti butų ir kitų patalpų savininkų bei reklaminės veiklos subjektų interesus, Įstatymo projekte siūloma supaprastinti butų ir kitų patalpų savininkų sprendimų priėmimo tvarką – nustatyti, kad butų ir kitų patalpų savininkų sprendimas dėl sutikimo ant daugiabučiame name esančių negyvenamosios paskirties patalpų (t. y. parduotuvės, kirpyklos ir kt.) išorinės sienos įrengti nešviečiančią iškabą priimamas butų ir kitų patalpų savininkų susirinkime dalyvavusių ar raštu balsavusių butų ir kitų patalpų savininkų balsų dauguma, bet ne mažiau kaip 1/4 visų butų ir kitų patalpų savininkų balsų (Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 4 punktas). T. y. Įstatymo projekte siūloma, kad sprendimas dėl sutikimo įrengti minėtą iškabą būtų priimamas *balsavusių* butų ir kitų patalpų savininkų balsų dauguma, o ne daugiabučio namo butų ir kitų patalpų savininkų balsų dauguma, tačiau kartu nustatomas butų ir kitų patalpų savininkų interesus ginantis saugiklis – bet kuriuo atveju susirinkime dalyvavusių ar raštu balsavusių savininkų daugumos duotas pritarimas dėl iškabos įrengimo turi sudaryti ne mažiau kaip 1/4 visų butų ir kitų patalpų savininkų balsų.

Pažymėtina, kad minėta Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 4 punkto nuostata būtų taikoma:

- tik tuo atveju, kai įrengiama *iškaba*. Iškabos tikslas yra pateikti esminę, minimalią informaciją apie ūkio subjektą (jo pavadinimą, teikiamų paslaugų pavadinimą, prekių ženklą ir pan. (žr. Įstatymo projekto 1 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 2 straipsnio 1¹ dalyje pateiktą iškabos sąvoką). T. y. siūloma išimtį taikyti tik tuo atveju, kai ant bendrojo naudojimo objekto pateikiamas informacinio pobūdžio tekstas, o ne kai reklamuojamas konkretus produktas ar paslauga;

- tik jeigu iškaba įrengiama ant daugiabučiame name esančių *negyvenamosios* paskirties patalpų išorinės sienos. Pažymėtina, kad daugiabučiame name esančių patalpų paskirties gali būti pakeista (pvz., daugiabučiame name įrengiamos komercinės patalpos) tik gavus daugiabučio namo butų ir kitų patalpų savininkų *daugumos* sutikimą, kurį išduodant įvertinamos visos su patalpų paskirties keitimu susijusios aplinkybės (įskaitant ir iškabos įrengimą). Šiame kontekste reikalavimas įrengiant iškabą dar kartą gauti bendraturčių daugumos sutikimą vertintinas kaip perteklinis;

- iškaba yra *nešviečianti*, t. y. daugiabučio gyventojams nesukelia nepatogumų, galinčių pakenkti jų sveikatai ar normaliam gyvenimo ritmui;

– yra gautas leidimas (išskyrus Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 2 dalies 4 ir 5 punktuose numatytas išimtis, t. y. kai iškaba yra mažesnė kaip 0,3 m²), o iškaba yra įrengta pagal leidime nurodytą iškabos projektą. Pažymėtina, kad išduodant leidimą yra vertinama, ar iškabos projektas atitinka teisės aktų reikalavimus (iškabos medžiagos, forma ir pan.), tarp jų ir nustatytus savivaldybės institucijos patvirtintame išorinės reklamos įrengimo specialiajame plane ar išorinės reklamos įrengimo reglamente, todėl leidimas nebūtų išduodamas jeigu iškaba galimai trukdytų daugiabučio gyventojams.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, darytina išvada, kad, pirma, galiojančios teisinio reguliavimo priemonės (leidimas siekiant įrengti iškabą; daugumos sutikimas siekiant pakeisti patalpų paskirtį ir pan.) yra pakankamos, kad daugiabučių namų gyventojų teisės ir teisėti interesai būtų užtikrinami, antra, – siūlomos naujos teisinio reguliavimo priemonės (nustatomas tam tikras privalomas savininkų balsų skaičius, kad sutikimas būtų laikomas išduotu, išimtis apribojama tik nešviečiančios iškabos pateikimu ir pan.) yra proporcingos siekiamam tikslui – apsaugoti butų ir kitų patalpų savininkų interesus neproporcingai nevaržant reklamos davėjų teisių ir teisėtų interesų. Taip pat pažymėtina, kad pagal Civilinio kodekso 4.85 straipsnio nuostatas, reguliuojančias pakartotinį sprendimų dėl bendrojo naudojimo objektų valdymo ir naudojimo priėmimą, susirinkime dalyvavusių balsų daugumos, bet ne mažiau kaip 1/4 visų butų ir kitų patalpų savininkų balsų, pritarimas yra laikomas pakankamu užtikrinant butų ir kitų patalpų savininkų bendrosios dalinės nuosavybės teisės įgyvendinimą.

Atkreiptinas dėmesys, kad įrengiant ant daugiabučiame name esančių gyvenamosios paskirties patalpų ar daugiabučiame name esančių negyvenamosios paskirties patalpų išorinės sienos reklamą ar šviečiančią iškabą bendraturčių daugumos sutikimas būtų privalomas.

Pagal Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 5 punkto nuostatas draudžiama įrengti išorinę reklamą neturint leidimo ją įrengti. Tačiau toks absoliutus draudimas tam tikrais atvejais nepagrįstai riboja ūkinę komercinę veiklą bei yra neproporcingas siekiamam tikslui – apsaugoti visuomenės interesus (miesto aplinkos apsaugą, kraštovaizdžio apsaugą, istorinio paveldo išsaugojimą, gyventojų saugą ir kt.). Atsižvelgiant į tai, Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamas Reklamos įstatymo 12 straipsnis pildomas 2 dalimi, kurioje nustatomas baigtinis sąrašas atvejų, kada leidimas įrengti išorinę reklamą yra nereikalingas. Visų pirma, ši išimtis nustatoma įrengiant išorinę reklamą statinyje, kuris turi stogą, tačiau neturi sienų ir negalėtų būti laikomas patalpa (Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 2 dalies 1 punktas). Pažymėtina, kad dėl verslo specifikos kai kurios prekės parduodamos ar paslaugos teikiamos (prekyba degalais, transporto paslaugos ir kt.) tokiam statinyje ir jame kaip ir, pavyzdžiui, parduotuvės viduje, įrengiama parduodamų prekių ar teikiamų paslaugų reklama. Įrengiant reklamą parduotuvės viduje leidimas nereikalingas, tuo tarpu ūkio subjektai, įrengdami šiame statinyje reklamą, kuri paprastai yra skirta šioje teritorijoje esantiems asmenims (pvz., degalų reklama degalinėje) ir nedaro įtakos miesto aplinkai ir kraštovaizdžiui, patiria papildomų finansinių išlaidų ir laiko sąnaudų, susijusių su leidimo gavimu. Atsižvelgiant į tai ir siekiant mažinti administracinę naštą verslui bei pašalinti verslo sąlygų skirtumus, siūloma Reklamos įstatymo 12 straipsnį papildyti ir nustatyti, kad įrengiant reklamą nekilnojamojo turto registre įregistruotame statinyje su stogu ir galinėmis sienomis ar be jų leidimas nereikalingas. Pažymėtina, kad Lietuvos Respublikos statybos įstatymas statinį apibrėžia kaip pastatą arba inžinerinį statinį, turintį laikančiąsias konstrukcijas, kurios visos (ar jų dalis) sumontuotos statybos vietoje atliekant statybos darbus, ir kuris yra nekilnojamas daiktas. Tais atvejais, kai išorinė reklama būtų įrengiama objekte, kuris nėra statinys, t. y. neatitinka statiniui keliamų reikalavimų (pvz., viešojo transporto stotelės), ar yra laikinas statinys (t. y. nėra įregistruotas nekilnojamojo turto registre), ši išimtis nebūtų taikoma.

Reikalavimo turėti leidimą taip pat siūloma netaikyti tuo atveju, kai reklama įrengiama patalpose (pvz., parduotuvių vitrinose), tačiau yra matoma iš lauko pusės (Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 2 dalies 2 punktas), taip pat kai iškaba turi būti įrengiama pagal Lietuvos Respublikos notariato įstatymu ir Lietuvos Respublikos antstolių įstatymu įgaliotos institucijos patvirtintą formą (Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 2 dalies 4 punktas). Pažymėtina, kad minėtuose įstatymuose Lietuvos Respublikos teisingumo ministras yra įgaliotas nustatyti vienodą visiems notarų biurams ir visoms antstolių kontoroms iškabų formą, todėl reikalavimas gauti leidimą šioms iškaboms įrengti (t. y. leidimą

išduodančiai institucijai pateikti iškabos įrengimo projektą ir kitus leidimui išduoti reikalingus dokumentus) yra perteklinis.

Siekiant mažinti administracinę naštą ir atsižvelgiant į kitose Europos Sąjungos valstybėse narėse taikomą praktiką (pvz., pagal Didžiojoje Britanijoje nustatytą išorinės reklamos įrengimo teisinį reguliavimą leidimo nereikia įrengiant ne didesnio kaip 0,3 m² ploto reklamą <http://www.legislation.gov.uk/uksi/2007/783/contents/made>) bei į suinteresuotų institucijų siūlymus, išimtį, kai leidimas nereikalingas, siūloma taikyti įrengiant nedidelių matmenų iškabą, kurioje pateikiamas reklamos davėjo pavadinimas, pvz., UAB Projektavimo biuras ir pan. (Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 2 dalies 5 punktas). Pažymėtina, kad minėtoje iškaboje, kaip yra nurodyta Įstatymo projekto 1 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 2 straipsnio 1¹ dalyje pateiktoje iškabos sąvokoje, be nurodyto reklamos davėjo pavadinimo galės būti pateikiamas prekių ženklas, emblema, reklamos davėjo vardas, pavardė.

Be to, reikalavimo turėti leidimą siūloma netaikyti, kai išorinė reklama pateikiama ant transporto priemonių (Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 2 dalies 3 punktas). Pastarosios išimties atveju, pažymėtina, kad pagal Reklamos įstatyme įtvirtintą išorinės reklamos sąvoką viena iš išorinės reklamos pritaikytų pateikimo priemonių yra transporto priemonės, tačiau praktikoje kyla neaiškumų, kokiais atvejais įrengiant išorinę reklamą ant transporto priemonių turėtų būti taikomas reikalavimas turėti leidimą, nes Reklamos įstatymas nenumato šio reikalavimo taikymo išimčių, o pagal šiuo metu galiojančių Išorinės reklamos įrengimo taisyklių nuostatas, reikalavimas turėti leidimą taikomas tik įrengiant reklamą ant keleivinio kelių transporto priemonių, vežančių keleivius reguliariais vietinio susisiekimo maršrutais, ir lengvųjų automobilių taksi, taip pat kai išorinė reklama pateikiama ant reklaminio įrenginio, įrengto ant transporto priemonės. Todėl siekiant teisinio aiškumo ir atsižvelgiant į kitose Europos Sąjungos valstybėse narėse taikomą praktiką, kai reikalavimas turėti leidimą netaikomas pateikiant reklamą ant transporto priemonių, kurios naudojamos pagal jų tiesioginę paskirtį, siūloma nustatyti, kad leidimas būtų nereikalingas, kai išorinė reklama pateikiama ant transporto priemonių, kurios naudojamos pagal jų tiesioginę paskirtį žmonėms ir (arba) kroviniams vežti, išskyrus atvejus, kai ant transporto priemonės įrengiamas reklaminis įrenginys ir ant jo pateikiama išorinė reklama. Pažymėtina, kad Keleivinio kelių transporto priemonių apipavidalinimo tvarkos apraše, patvirtintame Lietuvos Respublikos susisiekimo ministro 1998 m. vasario 12 d. įsakymu Nr. 55 „Dėl Keleivinio kelių transporto priemonių apipavidalinimo nuostatų patvirtinimo“, yra nustatyti išorinės reklamos įrengimo reikalavimai, kurie sudaro galimybes užtikrinti saugų jos pateikimą ant minėtų transporto priemonių, todėl reikalavimas gauti leidimą įrengiant reklamą ant keleivinio kelių transporto priemonių, vežančių keleivius reguliariais vietinio susisiekimo maršrutais, ir lengvųjų automobilių taksi, yra perteklinis.

Kartu pažymėtina, kad, siekiant apsaugoti visuomenės interesus, tais atvejais, kai būtų įrengiama išorinė reklama, kuriai įrengti nereikia gauti leidimo pagal Įstatymo projekte siūlomas išimtis, šios reklamos įrengimui būtų taikomi Įstatymo projekte nustatyti išorinės reklamos įrengimo reikalavimai (pvz., įrengiant minėtą išorinę reklamą kultūros paveldo objektuose ar saugomose teritorijose, reikės gauti už kultūros paveldo objektų ar saugomų teritorijų apsaugą atsakingų institucijų sutikimą, išorinė reklama turės būti įrengiama vadovaujantis Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 5 dalyje nurodytais teisės aktais ir kt.) ir atsakomybė už šių reikalavimų nesilaikymą.

Atsižvelgiant į tai, kad pagal Paslaugų įstatymo nuostatas reikalavimai, kurių vykdydami veiklą turi laikytis leidimą gavę paslaugų teikėjai, turi būti nustatyti įstatymais, bei į tai, kad išorinė reklama neturi kelti pavojaus eismo dalyviams, siūloma papildyti Reklamos įstatymo 12 straipsnio 5 dalį ir nustatyti, kad įrengiant išorinę reklamą, be kita ko, būtų vadovaujama eismo saugumą reglamentuojančių teisės aktų nuostatomis.

Lietuvos Respublikos specialiųjų tyrimų tarnybos 2015 m. spalio 2 d. antikorupcinio vertinimo išvadoje Nr. 4-01-6987 „Dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 12 straipsnio 6 dalies ir kitų teisės aktų, reglamentuojančių leidimų įrengti išorinę reklamą išdavimą“ (toliau – išvada), be kita ko, atkreiptas dėmesys į tai, kad didžiųjų miestų savivaldybių administracijų direktoriams tenka per didelę administracinę naštą pasirašyti visus savivaldybės išduodamus leidimus ir licencijas, bei pasiūlyta

nustatyti, kad savivaldybėse, kuriose gyventojų yra daugiau kaip 100 tūkstančių, leidimus išduoda, sustabdo leidimų galiojimą, panaikina galiojimo sustabdymą, panaikina leidimų galiojimą, taip pat nustato terminus dokumentų leidimui gauti ar išorinės reklamos įrengimo trūkumams pašalinti ne tik savivaldybės vykdomoji institucija, bet ir jos įgaliotas savivaldybės administracijos valstybės tarnautojas. Atsižvelgiant į tai ir siekiant, kad operatyviau būtų sprendžiami su leidimų išdavimu susiję klausimai (pvz., Vilniaus miesto savivaldybės vykdomoji institucija per metus išduoda daugiau kaip 1000 leidimų), Įstatymo projekte siūloma tikslinti atitinkamas Reklamos įstatymo 12 straipsnio nuostatas ir nustatyti, kad savivaldybėse, kuriose gyventojų skaičius didesnis kaip 100 tūkstančių, (2015 m. Lietuvos statistikos departamento duomenimis Vilniaus, Kauno, Klaipėdos ir Šiaulių miestų savivaldybėse gyventojų skaičius buvo didesnis kaip 100 tūkstančių) leidimus išduoda, įspėja apie galimą leidimų galiojimo panaikinimą, panaikina leidimų galiojimą, taip pat nustato terminus dokumentų leidimui gauti trūkumams pašalinti savivaldybės vykdomoji institucija arba jos įgaliotas savivaldybės administracijos valstybės tarnautojas (toliau kartu – leidimą išduodanti institucija). T. y. savivaldybėse, kuriose gyventojų skaičius yra didesnis kaip 100 tūkstančių, savivaldybių vykdomajai institucijai suteikiama galimybė pasirinkti, ar leidimus išduoda ir kitus su leidimų išdavimu susijusius klausimus sprendžia savivaldybės vykdomoji institucija, ar jos įgaliotas savivaldybės administracijos valstybės tarnautojas. Atsižvelgiant į tai, jog išvadoje pažymima, kad sprendimo dėl leidimo išdavimo priėmimo teisės perdavimas savivaldybės administracijos valstybės tarnautojui galėtų būti įgyvendintas tik esant pakankamam kontrolės mechanizmui, Įstatymo projekte siūloma nustatyti, kad tuo atveju, kai savivaldybės vykdomoji institucija išduoti leidimus įgalioja savivaldybės administracijos valstybės tarnautoją, ji sudaro komisiją, kuri vertina, ar leidimo prašančio ūkio subjekto pateikti dokumentai atitinka Reklamos įstatyme ir Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nustatytus reikalavimus, ir teikia siūlymus dėl leidimo išdavimo. Pažymėtina, kad sprendimą dėl leidimo išdavimo priimtų savivaldybės vykdomosios institucijos įgaliotas savivaldybės administracijos valstybės tarnautojas, o minėtos komisijos siūlymas dėl leidimo išdavimo būtų patariamąjo pobūdžio.

Pagal Paslaugų įstatymo nuostatas, leidimai gali būti išduodami ribotai galiojimo trukmei, kai tai pateisinama svarbiais visuomenės interesais. Pažymėtina, kad išorinė reklama daro didelę įtaką urbanistinei ir architektūrinei miesto aplinkai ir kraštovaizdžiui. Miesto aplinka (statiniai, želdiniai, mažosios architektūros elementai) keičiasi, taip pat keičiasi reklamos gamybos technologijos, medžiagos, estetiniai reikalavimai ir pan., ir, atsižvelgiant į šiuos pokyčius, atitinkamai turėtų keistis ir išorinė reklama. Be to, pagal Reklamos įstatymo nuostatas, leidimas suteikia teisę ne tik skleisti reklamą, bet ir įrengti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę (t. y. stendą, skydą, stulpą ir pan.). Minėti reklaminiai įrenginiai paprastai yra laikini statiniai, kuriuos leidžiama naudoti ribotą terminą. Todėl, siekiant užtikrinti svarbius visuomenės interesus (miesto aplinkos apsaugą, kraštovaizdžio apsaugą, istorinio paveldo išsaugojimą, gyventojų saugą ir kt.), ir atsižvelgiant į laikotarpį, per kurį paprastai atsiperka investicijos į išorinės reklamos įrengimą, Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 8 dalyje siūloma nustatyti, kad leidimas išduodamas ne ilgesniam kaip 10 metų laikotarpiui, kai įrengiama iškaba, ar išorinė reklama, kurioje pateikiamas tik prekių ženklas, ir ne ilgesniam kaip 5 metų laikotarpiui, kai įrengiama kita išorinė reklama. Tuo atveju, kai įrengiama iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateikiamas tik prekių ženklas, siūloma nustatyti ilgesnį leidimo galiojimo terminą, kadangi iškabos ir prekių ženklai paprastai nesikeičia eilę metų ir naujo leidimo gavimas tai pačiai iškabai ar prekių ženklui kas 5 metai būtų nepagrįsta našta verslui. Kartu pažymėtina, kad leidimo galiojimo trukmės ribojimas nėra naujai nustatomas teisinis reguliavimas. Šiuo metu galiojančiose Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse yra nustatytas 5 metų leidimo galiojimo terminas. Be to, nustatant leidimo galiojimo terminą atsižvelgta į kitose Europos Sąjungos valstybėse narėse taikomą praktiką (pvz., išorinės reklamos įrengimo teisinį reguliavimą Didžiojoje Britanijoje <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2007/783/contents/made>).

Atsižvelgiant į Paslaugų įstatymo nuostatas, reglamentuojančias, kad leidimų išdavimo tvarkos esminiai reikalavimai turi būti nustatyti įstatymais, Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 10 dalyje siūloma nustatyti terminą, per kurį reklaminės veiklos subjektui turėtų

būti išduodamas leidimas. Pažymėtina, kad minėtas reikalavimas taip pat yra įtvirtintas šiuo metu galiojančiose Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse.

Kaip parodė Reklamos įstatymo taikymo praktika, šiuo metu Reklamos įstatyme nustatytas 5 darbo dienų terminas, per kurį reklaminės veiklos subjektas turi pašalinti leidimui gauti pateiktą dokumentų trūkumus yra per trumpas. Todėl, siekiant pagerinti verslo sąlygas, Įstatymo projekte siūloma numatyti, kad minėtas terminas turi būti ne trumpesnis kaip 5 darbo dienos, tačiau ne ilgesnis kaip 15 darbo dienų.

Šiuo metu galiojančio Reklamos įstatymo nuostata dėl leidimo galiojimo sustabdymo praktikoje yra sunkiai pritaikoma, nes, sustabdžius leidimo galiojimą, turėtų būti išardoma speciali išorinės reklamos pateikimo priemonė ir nukabinama reklama, o tai reklaminės veiklos subjektui sukeltų nepagrįstai didelę finansinę naštą. Atsižvelgiant į tai ir vadovaujantis Licencijavimo pagrindų aprašo, patvirtinto Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. liepos 18 d. nutarimu Nr. 937 „Dėl Licencijavimo pagrindų aprašo patvirtinimo“ (toliau – Licencijavimo pagrindų aprašas), nuostata, kad leidimo turėtojas turi būti įspėjamas apie numatomą taikyti poveikio priemonę, Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 13 dalyje siūloma numatyti leidimo turėtojo įspėjimą apie galimą leidimo galiojimo panaikinimą. Be to, vadovaujantis minėto Licencijavimo pagrindų aprašo nuostatomis, siūloma Reklamos įstatyme įtvirtinti reklaminės veiklos subjektų, turinčių leidimus, teises ir pareigas.

Atsižvelgiant į tai, kad pagal šiuo metu galiojančio Reklamos įstatymo nuostatas nėra teisinio pagrindo neišduoti leidimo ar įspėti apie galimą leidimo galiojimo panaikinimą, jeigu reklaminės veiklos subjektas nesumoka savivaldybės tarybos nustatytos vietinės rinkliavos, siūloma papildyti Reklamos įstatymo 12 straipsnyje įtvirtintų leidimo neišdavimo (12 dalis) ir įspėjimo apie galimą leidimo galiojimo panaikinimą pagrindų (13 dalis) sąrašą ir atitinkamai nustatyti, kad leidimas neišduodamas ar leidimo turėtojas įspėjamas apie galimą leidimo galiojimo panaikinimą, jeigu reklaminės veiklos subjektas nesumoka vietinės rinkliavos.

Praktikoje pasitaiko atvejų, kai reklaminės veiklos subjektas nutraukia savo veiklą buveinės pastate arba prekybos ar paslaugų teikimo vietoje, ant (prie) kurios įrengta iškaba, tačiau nenukabina iškabos, todėl, siekiant kad nebūtų klaidinami vartotojai, Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 15 dalies 2 punktu siūloma reklaminės veiklos subjektui nustatyti pareigą minėtu atveju pašalinti iškabą ne vėliau kaip per 20 darbo dienų nuo savo veiklos nutraukimo buveinės pastate arba prekybos ar paslaugų teikimo vietoje. Taip pat siūloma minėtą išorinės reklamos pašalinimo terminą taikyti ir tuo atveju, kai pagal Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 2 dalies 1, 2, 4 ir 5 punktuose nustatytas išimtis leidimo nereikia ir reklaminės veiklos subjektas nutraukia savo veiklą prekybos ar paslaugų teikimo vietoje, kurioje įrengta ši išorinė reklama. Kai pasibaigia leidimo galiojimo terminas ar leidimo galiojimas panaikinamas, siūloma, kad išorinės reklamos pašalinimo terminą, kuris būtų ne ilgesnis kaip 40 darbo dienų, nustatytų leidimą išduodanti institucija. Pažymėtina, kad šiuo atveju reklaminės veiklos subjektas privalėtų ne tik nukabinti reklamą, bet ir išardyti reklaminį įrenginį, kuris gali būti ir statinys, todėl pagrįstą išorinės reklamos pašalinimo terminą, įvertinusi visas aplinkybes (reklaminio įrenginio sudėtingumą, klimato sąlygas ir pan.), turėtų nustatyti leidimą išduodanti institucija.

Dėl Įstatymo projekto 3 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 14 straipsnio

Nuo 2014 m. gruodžio 13 d. maisto reklamai taikomas 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 L304, p. 18) (toliau – reglamentas Nr. 1925/2006), 7 straipsnis, kuriame išdėstyti informacijos apie maistą teikimo vartotojams reikalavimai. Atsižvelgiant į tai ir siekiant teisės aktų suderinamumo, Įstatymo projekte siūloma Reklamos įstatymo 14 straipsnio 1 dalies nuostatas, dubliuojančias minėto reglamento 7 straipsnio nuostatas, išbraukti. Be to, siekiant užtikrinti reglamento Nr. 1925/2006

7 straipsnio įgyvendinimo priežiūrą bei atsižvelgiant į tai, kad reikalavimai reklamai yra nustatyti ir kituose Europos Sąjungos teisės aktuose, pvz., reglamente Nr. 609/2013, 2015 m. rugsėjo 25 d. Komisijos deleguotajame reglamente (ES) 2016/128, kuriuo Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 609/2013 papildomas specialiaisiais specialiosios medicininės paskirties maisto produktų sudėties ir informacijos apie juos teikimo reikalavimais, ir kt., siūloma nustatyti, kad draudžiama reglamento Nr. 1925/2006 ir kitų teisės aktų, nustatančių reikalavimus maisto reklamai, nuostatų neatitinkanti reklama.

Be to, siūloma šį straipsnį papildyti nauja nuostata, nustatančia atvejus, kada nebūtų reikalaujama reklamoje pateikti nuorodą, kad maistas yra genetiškai modifikuotas (genetiškai modifikuoto maisto reklamoje), nuorodą „Maisto papildas“ (maisto papildų reklamoje) ar žodžius „nevertoti su alkoholiniais gėrimais“ (energinių gėrimų reklamoje). T. y. siūloma šio reikalavimo netaikyti, kai reklamoje pateikiami tik minėtų maisto gamintojų pavadinimai ir (ar) jų prekių ženklai, pvz., ant pastatų sienų, durų ar langų, reklaminių kepuraičių, pieštukų ir pan., kadangi minėtos informacijos pateikimas prie prekių ženklo ar maisto gamintojo pavadinimo sukelia verslui nepagrįstą naštą, yra sunkiai įgyvendinamas (pvz., nėra vietos tokios informacijos pateikimui ant suvenyrinio pieštuko), taip pat yra perteklinis ir neproporcingas siekiamam tikslui.

Dėl Įstatymo projekto 4 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 15 straipsnio

Siekiant, kad teisės aktuose būtų vartojami sunorminti lietuvių kalbos terminai, siūloma Reklamos įstatymo 15 straipsnyje vartojamą terminą „medicinos prietaisai ir aparatai“ keisti į terminą „medicinos priemonės (prietaisai)“, kuris yra vartojamas Lietuvos Respublikos sveikatos sistemos įstatyme. Pažymėtina, kad pagal šio termino apibrėžtį „aparatas“ yra vienas iš objektų, laikomu medicinos priemone (prietaisu).

Dėl Įstatymo projekto 5 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 19 straipsnio ir 8 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 24 straipsnio

Atsižvelgiant į tai, kad Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnis išdėstomas nauja redakcija ir pasikeitė šio straipsnio dalių numeracija, bei į tai, kad 12 straipsnio 16 dalyje siūloma nustatyti reklaminės veiklos subjektui naują pareigą, atitinkamai tikslinami Reklamos įstatymo 19 straipsnio 1 dalies 4, 5 ir 6 punktai, nustatantys šiame įstatyme nustatytų reikalavimų įgyvendinimo priežiūrą atliekančias institucijas, ir Reklamos įstatymo 24 straipsnio 4 dalis, nustatanti baudas už Reklamos įstatyme nustatytų išorinės reklamos įrengimo reikalavimų nesilaikymą.

Dėl Įstatymo projekto 6 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 21 straipsnio, 7 straipsnio, papildančio Reklamos įstatymą 21¹ straipsniu, ir 9 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 25 straipsnio

Siekiant tinkamai įgyvendinti Reklamos įstatymo 21 straipsnio 3 dalies nuostatą, draudžiančią priežiūros institucijos darbuotojams atskleisti jiems patikėtą reklaminės veiklos subjektų komercinę paslaptį, išskyrus įstatymų nustatytus atvejus, Įstatymo projekte siūloma Reklamos įstatymą papildyti nauju straipsniu, kuriame būtų nustatyta priežiūros institucijų informavimo apie tai, kurią informaciją priežiūros institucija turėtų laikyti reklaminės veiklos subjekto komercine paslaptimi, tvarka.

Atsižvelgiant į tai, kad priežiūros institucijos privalo saugoti ne tik jiems patikėtą reklaminės veiklos subjektų, bet ir kitų asmenų, į kuriuos kreipiasi priežiūros institucija dėl pažeidimų tirti reikalingų dokumentų ar kitos informacijos pateikimo, komercinę paslaptį, atitinkamai tikslinama Reklamos įstatymo 21 straipsnio 3 dalis ir 25 straipsnio 13 dalis.

Dėl Įstatymo projekto 9 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 25 straipsnio

Reklamos įstatymo 25 straipsnio nuostatos tikslinamos siekiant jas suderinti su Lietuvos Respublikos viešojo administravimo įstatyme įtvirtinta mažareikšmio teisės aktų reikalavimo pažeidimo sąvoka (Reklamos įstatymo 25 straipsnio 5 dalies 6 punktas), įvertinus šiame straipsnyje įtvirtintų nuostatų įgyvendinimo praktikoje išryškėjusius trūkumus (Reklamos įstatymo 25 straipsnio

5 dalies 5 punktas, 25 straipsnio 8 dalis) bei siekiant teisinio aiškumo dėl priežiūros institucijos priimamo sprendimo pranešimą (skundą) nagrinėti rašytinio ar žodinio proceso tvarka (Reklamos įstatymo 25 straipsnio 14 ir 15 dalys). Pažymėtina, kad pranešimo (skundo) nagrinėjimas rašytinio proceso tvarka mažintų administracinę naštą, todėl Įstatymo projekto 9 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 25 straipsnio 15 dalyje siūloma nustatyti, kad pranešimas (skundas) nagrinėjamas rašytinio proceso tvarka, išskyrus atvejus, kai pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyvių motyvuotu prašymu priežiūros institucija nusprendžia pranešimą (skundą) nagrinėti žodinio proceso tvarka.

Dėl Įstatymo projekto 10 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 26 straipsnio

Pagal Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymo 28 straipsnio 3 dalies nuostatas, kurios įsigaliojo 2015 m. sausio 1 d., baudos už administracinius teisės pažeidimus (tarp jų ir Reklamos įstatyme nustatytų reikalavimų) įskaitomos į tą biudžetą, iš kurio išlaikoma institucija ar įstaiga, kurios įgaliotas pareigūnas surašė administracinio teisės pažeidimo protokolą arba skyrė baudą, išskyrus kituose įstatymuose nustatytus atvejus. Tokių baudų ir kitų iš valstybės ar savivaldybių biudžetų neišlaikomų subjektų paskirtų baudų už administracinius teisės pažeidimus įskaitymo ir paskirstymo tvarką nustato Vyriausybė ar jos įgaliota institucija. Atsižvelgiant į tai ir siekiant teisės aktų suderinamumo, Įstatymo projekte siūloma tikslinti Reklamos įstatymo 26 straipsnį ir atsisakyti nuostatos, kad priežiūros institucijos paskirta bauda sumokama į valstybės biudžetą.

Dėl Įstatymo projekto 11 straipsnio, nustatančio Įstatymo įsigaliojimą, taikymą ir įgyvendinimą

Atsižvelgiant į tai, kad Įstatymo projekte siūloma įtvirtinti leidimų galiojimo terminą, ir siekiant pašalinti verslo sąlygų skirtumus reklamos rinkoje konkuruojantiems verslo subjektams, Įstatymo projekte siūloma nustatyti leidimų, išduotų iki šio įstatymo įsigaliojimo, galiojimo tvarką. T. y. siūloma nustatyti, kad leidimai, išduoti iki šio įstatymo įsigaliojimo, galioja iki juose nurodyto termino pabaigos, tačiau ne ilgiau kaip 10 metų, kai įrengta iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateiktas tik prekių ženklas, ir ne ilgiau kaip 5 metus, kai įrengta kita išorinė reklama. Taip pat siūloma nustatyti atitinkamai 10 metų ir 5 metų pereinamąjį laikotarpį, per kurį reklaminės veiklos subjektai, turintys leidimus, kuriuose nėra nustatyto jų galiojimo termino, galėtų teisės aktų nustatyta tvarka kreiptis į leidimą išduodančią instituciją dėl leidimo, kuriame būtų nustatytas galiojimo terminas, išdavimo.

5. Numatomo teisinio reguliavimo poveikio vertinimo rezultatai (jeigu rengiant įstatymo projektą toks vertinimas turi būti atliktas ir jo rezultatai nepateikiami atskiru dokumentu), galimos neigiamos priimto įstatymo pasekmės ir kokių priemonių reikėtų imtis, kad tokių pasekmių būtų išvengta

Numatomo teisinio reguliavimo teigiamos pasekmės aptartos šio aiškinamojo rašto 4 dalyje. Priėmus Įstatymo projektą ūkio subjektams daugiau kaip 350 tūkst. eurų sumažėtų informacinių įpareigojimų sukeliama administracinė našta (pvz. nustačius atvejus, kai leidimas įrengti išorinę reklamą nereikalingas, sumažėtų administracinė našta, susijusi su dokumentų leidimui gauti parengimu). Neigiamų pasekmių nenumatoma.

6. Kokią įtaką priimtas įstatymas turės kriminogeninei situacijai, korupcijai

Priimtas Įstatymas įtakos kriminogeninei situacijai ir korupcijai neturės.

7. Kaip įstatymo įgyvendinimas atsilieps verslo sąlygoms ir jo plėtrai

Priimtas Įstatymas darytų teigiamą įtaką verslui, nes taptų aiškesnė ūkio subjektų teisinė aplinka, taip pat būtų sudarytos prielaidos efektyviau prižiūrėti, kaip laikomasi Įstatyme nustatytų reklamos naudojimo reikalavimų.

8. Įstatymo inkorporavimas į teisinę sistemą, kokius teisės aktus būtina priimti, kokius galiojančius teisės aktus reikia pakeisti ar pripažinti netekusiais galios

Priėmus Įstatymo projektą, kitų teisės aktų priimti, pakeisti ar pripažinti netekusiais galios galiojančius teisės aktus nereikės.

9. Ar įstatymo projektas parengtas laikantis Lietuvos Respublikos valstybinės kalbos, Teisėkūros pagrindų įstatymų reikalavimų, o įstatymo projekto sąvokos ir jas įvardijantys terminai įvertinti Terminų banko įstatymo ir jo įgyvendinamųjų teisės aktų nustatyta tvarka

Įstatymo projektas parengtas laikantis Lietuvos Respublikos valstybinės kalbos, Teisėkūros pagrindų įstatymų reikalavimų.

Atsižvelgiant į tai, kad Įstatymo projekte yra apibrėžiama nauja sąvoka, taip pat tikslinamos jau į Lietuvos Respublikos terminų banką įtrauktos sąvokos, šios sąvokos ir jas įvardijantys terminai įvertinti Lietuvos Respublikos terminų banko įstatymo ir jo įgyvendinamųjų teisės aktų nustatyta tvarka.

10. Ar įstatymo projektas atitinka Žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos nuostatas ir Europos Sąjungos dokumentus

Įstatymo projektas atitinka Žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos nuostatas ir Europos Sąjungos teisės aktus.

11. Jeigu įstatymui įgyvendinti reikia įgyvendinamųjų teisės aktų, – kas ir kada juos turėtų priimti

Priėmus Įstatymo projektą, reikės atitinkamai pakeisti Išorinės reklamos įrengimo taisyklės, patvirtintas Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2013 m. liepos 30 d. įsakymu Nr. 4-670 „Dėl Išorinės reklamos įrengimo taisyklių patvirtinimo ir Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2000 m. gruodžio 1 d. įsakymo Nr. 405 „Dėl Išorinės reklamos įrengimo tipinių taisyklių patvirtinimo“ ir jį keitusių įsakymų pripažinimo netekusiais galios“, ir Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 3, 4 ir 7 dalyse nurodytos informacijos pateikimo reklamoje taisyklės, patvirtintas Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2015 m. spalio 28 d. įsakymu Nr. 4-671 „Dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 14 straipsnio 3, 4 ir 7 dalyse nurodytos informacijos pateikimo reklamoje taisyklių patvirtinimo“.

12. Kiek valstybės, savivaldybių biudžetų ir kitų valstybės įsteigtų fondų lėšų prireiks įstatymui įgyvendinti, ar bus galima sutaupyti (pateikiami prognozuojami rodikliai einamaisiais ir artimiausiais 3 biudžetiniais metais)

Įstatymo projekte siūlomoms nuostatomis įgyvendinti papildomų lėšų nereikės, taip pat jų nebus ir sutaupyta.

13. Įstatymo projekto rengimo metu gauti specialistų vertinimai ir išvados

Įstatymo projektas teikiamas konsultacijoms su visuomene Lietuvos Respublikos Seimo kanceliarijos teisės aktų informacinėje sistemoje.

14. Reikšminiai žodžiai, kurių reikia šiam projektui įtraukti į kompiuterinę paieškos sistemą, įskaitant Europos žodyno „Eurovoc“ terminus, temas bei sritis

Reikšminiai žodžiai, kurių reikia Įstatymo projektui įtraukti į kompiuterinę paieškos sistemą: „reklama“, „išorinė reklama“.

15. Kiti, iniciatorių nuomone, reikalingi pagrindimai ir paaiškinimai

Nėra.

Ūkio ministras

Evaldas Gustas

2016-05-16

14

**LIETUVOS RESPUBLIKOS
REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ
PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹ STRAIPSNIU
ĮSTATYMAS**

2016 m. d. Nr.
Vilnius

1 straipsnis. 2 straipsnio pakeitimas

1. Papildyti 2 straipsnį 1¹ dalimi:

„1¹. **Iškaba** – ant ar prie reklamos davėjo buveinės pastato arba reklamos davėjo prekybos ar paslaugų teikimo vietoje ar prie jos įrengiama speciali išorinės reklamos pateikimo priemonė, ant kurios ar kurioje pateikiama informacija: reklamos davėjo pavadinimas ir (arba) reklamos davėjo prekybos ar paslaugų teikimo vietos pavadinimas (parduotuvė, viešbutis, kirpykla ir kt.), ir (arba) parduodamų prekių ar teikiamų paslaugų pavadinimas (avalynė, automobilių remontas ir kt.). Iškaba taip pat laikoma tokios informacijos pateikimo vieta ant reklamos davėjo buveinės arba prekybos ar paslaugų teikimo vietos pastato sienos, langų ar durų. Be nurodytos informacijos, iškaboje gali būti pateikiamas prekių ženklas, emblema, reklamos davėjo vardas, pavardė.“

2. Pakeisti 2 straipsnio 2 dalį ir ją išdėstyti taip:

„2. **Išorinė reklama** – reklama, kurios įvairios specialios (stendai, skydai, stulpai, vitrinos ir pan.) ir pritaikytos (pastatų sienos, langai, durys, stogai, laikinieji statiniai, transporto priemonės, oro balionai ir pan.) pateikimo priemonės yra ne patalpose. Išorine reklama taip pat laikoma:

- 1) reklama, kurios pateikimo priemonės yra patalpose, tačiau ji yra matoma tik iš lauko pusės;
- 2) iškaboje pateikiama informacija.“

3. Pakeisti 2 straipsnio 6 dalį ir ją išdėstyti taip:

„6. **Pradinio maitinimo kūdikių mišiniai** – kaip apibrėžta 2013 m. birželio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 609/2013 dėl kūdikiams ir mažiems vaikams skirtų maisto produktų, specialiosios medicininės paskirties maisto produktų ir viso paros raciono pakaitalų svariui kontroliuoti ir kuriuo panaikinami Tarybos direktyva 92/52/EEB, Komisijos direktyvos 96/8/EB, 1999/21/EB, 2006/125/EB ir 2006/141/EB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2009/39/EB ir Komisijos reglamentai (EB) Nr. 41/2009 ir (EB) Nr. 953/2009 (OL 2013 L 181, p. 35) 2 straipsnio 2 dalies c punkte.“

2 straipsnis. 12 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 12 straipsnį ir jį išdėstyti taip:

„12 straipsnis. Išorinės reklamos įrengimo reikalavimai

1. Draudžiama įrengti išorinę reklamą:

1) keliuose, virš kelių, kelių juostose ir apsaugos zonose. Išorinę reklamą įrengti taip pat draudžiama gatvėse ir prie jų, jeigu ji gali užstoti technines eismo reguliavimo priemones, pabloginti matomumą, akinti eismo dalyvius, kelti pavojų eismo dalyviams. Draudžiama naudoti išorinę reklamą, imituojančią kelio ženklus ir (ar) naudojančią kelio ženklų simboliką;

2) ant skulptūrų, paminklų ir medžių;

3) gamtiniuose ir kompleksiniuose draustiniuose, valstybiniuose parkuose, jeigu išorinė reklama nesusijusi su draustiniuose ar valstybiniuose parkuose saugomais kompleksais ir objektais (vertybėmis). Šis draudimas netaikomas įrengiant išorinę reklamą draustiniuose ir valstybiniuose parkuose esančių miestų ir miestelių teritorijose;

4) neturint žemę, statinius ar kitus objektus, ant kurių ji įrengiama, nuosavybės teise ar kitais teisėtais pagrindais valdančio asmens (toliau – savininkas) sutikimo; bendrosios nuosavybės atveju, – neturint Lietuvos Respublikos civilinio kodekso nustatyta tvarka priimto bendraturčių sutikimo. Laikoma, kad butų ir kitų patalpų savininkų sutikimas ant bendrojo naudojimo objekte esančių reklamos davėjo nuosavybės teise ar kitais teisėtais pagrindais valdomų negyvenamosios paskirties patalpų, kuriose yra jo buveinė arba prekybos ar paslaugų teikimo vieta, išorinės sienos įrengti iškabą, kuriai nenaudojamas apšvietimas, išduotas, kai gauta butų ir kitų patalpų savininkų susirinkime dalyvavusių ar raštu balsavusių butų ir kitų patalpų savininkų balsų dauguma, bet ne mažiau kaip 1/4 visų butų ir kitų patalpų savininkų balsų;

5) neturint leidimo įrengti išorinę reklamą (toliau – leidimas), išskyrus šio straipsnio 2 dalyje nurodytus atvejus.

2. Leidimas nereikalingas, kai:

1) reklamos pateikimo priemonės yra nekilnojamojo turto registre įregistruotame statinyje su stogu ir galinėmis sienomis ar be sienų ir ant šių reklamos pateikimo priemonių pateikiama reklama yra susijusi su šiame statinyje vykdoma veikla;

2) reklamos pateikimo priemonės yra patalpose, tačiau reklama yra matoma iš lauko pusės;

3) išorinė reklama pateikiama ant transporto priemonių, kurios naudojamos pagal jų tiesioginę paskirtį žmonėms ir (arba) kroviniams vežti, išskyrus atvejus, kai ant transporto priemonės įrengiama speciali reklamos pateikimo priemonė ir ant jos pateikiama išorinė reklama;

4) iškaba turi būti įrengiama pagal Lietuvos Respublikos notariato įstatymu, Lietuvos Respublikos antstolių įstatymu įgaliotos institucijos patvirtintą formą;

5) įrengiama ne didesnio kaip 0,3 m² ploto iškaba ir ant jos ar joje pateikiamas reklamos davėjo pavadinimas. Be nurodytos informacijos, šioje iškaboje gali būti pateikiamas prekių ženklas, emblema, reklamos davėjo vardas, pavardė.

3. 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 – gavus saugomų teritorijų direkcijos arba regiono aplinkos apsaugos departamento, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomų teritorijų direkcijos, sutikimą.

4. Išorinės reklamos įrengimo taisyklės, kuriose nustatoma išorinės reklamos įrengimo reikalavimų ir reikalavimų, susijusių su leidimo išdavimu, atsisakymu išduoti leidimą, įspėjimu apie galimą leidimo galiojimo panaikinimą ir leidimo galiojimo panaikinimu, įgyvendinimo tvarka, tvirtina Lietuvos Respublikos Vyriausybė (toliau – Vyriausybė) arba jos įgaliota institucija.

5. Išorinė reklama turi būti įrengiama vadovaujantis projektavimą, statybą, kultūros paveldo objektų ir kraštovaizdžio apsaugą, teritorijų planavimą, eismo saugumą ir valstybinės kalbos vartojimą reglamentuojančių teisės aktų nuostatomis, Išorinės reklamos įrengimo taisyklėmis, savivaldybės institucijos patvirtintais išorinės reklamos specialiojo teritorijų planavimo dokumentais ir (ar) kompleksinio teritorijų planavimo dokumentais ir (ar) juose nustatytais išorinės reklamos įrengimo reglamentais.

6. Leidimas suteikia teisę leidime nurodytoje vietoje įrengti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę ir ant jos skleisti reklamą arba skleisti reklamą ant pritaikytos išorinės reklamos pateikimo priemonės.

7. Leidimus išduoda, apie galimą leidimų galiojimo panaikinimą įspėja, leidimų galiojimą panaikina savivaldybės, kurios teritorijoje įrengiama išorinė reklama, vykdomoji institucija arba, kai savivaldybės gyventojų skaičius yra didesnis kaip 100 tūkstančių gyventojų, – savivaldybės vykdomoji institucija ar jos įgaliotas savivaldybės administracijos valstybės tarnautojas (toliau kartu – leidimą išduodanti institucija), vadovaudamiesi šiuo įstatymu ir Išorinės reklamos įrengimo taisyklėmis. Tuo atveju, kai savivaldybės vykdomoji institucija išduoti leidimus, įspėti apie galimą leidimų galiojimo panaikinimą, panaikinti leidimų galiojimą įgalioja savivaldybės administracijos valstybės tarnautoją, ji turi sudaryti patariamąją komisiją šio straipsnio 9 dalyje nurodytiems dokumentams vertinti ir siūlymams dėl leidimų išdavimo teikti (toliau – Komisija) ir patvirtinti jos veiklos nuostatus. Komisija vertina, ar reklaminės veiklos subjekto, siekiančio gauti leidimą, pateikti dokumentai atitinka šiame

įstatyme ir Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nustatytus reikalavimus, ir Komisijos nuostatuose nustatyta tvarka teikia siūlymus dėl leidimo išdavimo įgaliotam savivaldybės administracijos valstybės tarnautojui.

8. Leidimo galiojimo terminas nustatomas atsižvelgiant į paraiškoje išduoti leidimą nurodytą laikotarpį, tačiau negali būti ilgesnis kaip 10 metų, kai įrengiama iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateikiamas tik prekių ženklas, ir ilgesnis kaip 5 metai, kai įrengiama kita išorinė reklama.

9. Reklaminės veiklos subjektas, norėdamas gauti leidimą, jį išduodančiai institucijai pateikia paraišką išduoti leidimą, Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nustatyto turinio išorinės reklamos įrengimo projektą ir kitus šiose taisyklėse nustatytus leidimui išduoti reikalingus dokumentus (toliau – dokumentai leidimui išduoti).

10. Leidimas išduodamas arba reklaminės veiklos subjektui pateikiamas rašytinis motyvuotas atsisakymas jį išduoti ne vėliau kaip per 20 darbo dienų nuo visų tinkamai įformintų dokumentų leidimui išduoti gavimo. Jeigu pateikti ne visi, neviseiškai ar neteisingai užpildyti dokumentai leidimui išduoti arba juose pateikti neteisingi duomenys, leidimą išduodanti institucija per 5 darbo dienas nuo dokumentų leidimui išduoti gavimo dienos praneša apie tai reklaminės veiklos subjektui ir nustato ne trumpesnę kaip 5 darbo dienų ir ne ilgesnę kaip 15 darbo dienų terminą trūkumams pašalinti. Tokiu atveju 20 darbo dienų terminas skaičiuojamas nuo visų papildytų (patikslintų) dokumentų leidimui išduoti gavimo dienos. Jeigu per nurodytą 20 darbo dienų terminą leidimą išduodanti institucija neišduoda leidimo ir nepateikia motyvuoto rašytinio atsisakymo išduoti leidimą, laikoma, kad leidimas išduotas.

11. Jeigu leidimą turintis reklaminės veiklos subjektas (toliau – leidimo turėtojas) nori gauti naują leidimą, jis leidimą išduodančiai institucijai ne vėliau kaip prieš 20 darbo dienų iki leidimo galiojimo termino pabaigos turi pateikti dokumentus leidimui išduoti, išskyrus dokumentus, kuriuos reklaminės veiklos subjektas jau yra pateikęs leidimą išduodančiai institucijai turimam leidimui gauti ir juose pateikti duomenys ir (ar) informacija nepasikeitė. Naujas leidimas išduodamas šio straipsnio 10 dalyje nustatyta tvarka ir terminais.

12. Leidimas neišduodamas, jeigu:

1) pateikiami ne visi, neviseiškai ar neteisingai užpildyti dokumentai leidimui išduoti arba pateikti neteisingi duomenys ir reklaminės veiklos subjektas neįvykdo leidimus išduodančios institucijos reikalavimo per jos nustatytą terminą pašalinti šiuos trūkumus;

2) numatoma įrengti išorinė reklama neatitinka šiame straipsnyje nustatytų išorinės reklamos įrengimo reikalavimų;

3) reklaminės veiklos subjektas nesumoka savivaldybės, kurios teritorijoje įrengiama išorinė reklama, tarybos nustatytos vietinės rinkliavos, jeigu vietinės rinkliavos nuostatuose nustatyta, kad vietinė rinkliava už leidimo išdavimą turi būti sumokėta prieš išduodant leidimą.

13. Leidimo turėtojas įspėjamas apie galimą leidimo galiojimo panaikinimą, jeigu:

1) paaiškėja, kad leidimui gauti buvo pateikti neteisingi duomenys;

2) išorinė reklama įrengta nesilaikant leidime nurodyto išorinės reklamos įrengimo projekto;

3) leidimo turėtojas nesumoka savivaldybės, kurios teritorijoje įrengiama išorinė reklama, tarybos nustatytos vietinės rinkliavos vietinės rinkliavos nuostatuose nustatyta tvarka, jeigu vietinės rinkliavos nuostatuose nustatyta, kad vietinė rinkliava už leidimo išdavimą mokama po leidimo išdavimo.

14. Leidimo galiojimas panaikinamas, jeigu:

1) leidimo turėtojas pateikia paraišką panaikinti leidimo galiojimą;

2) leidimo turėtojas (juridinis asmuo) yra likviduotas ar likviduojamas;

3) leidimo turėtojas (fizinis asmuo) miršta;

4) leidimo turėtojas, įspėjus apie jo leidimo galiojimo galimą panaikinimą, neįvykdo leidimą išduodančios institucijos reikalavimų pašalinti nurodytus pažeidimus per Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nustatytą terminą;

5) pasibaigia šio straipsnio 1 dalies 4 punkte ir 3 dalyje nurodytuose dokumentuose nustatytas sutikimo galiojimo terminas.

15. Leidimo turėtojas privalo:

1) išardyti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę, nukabinti reklamą ir sutvarkyti aplinką, kai pasibaigia leidimo galiojimo terminas ar leidimo galiojimas panaikinamas, – per leidimą išduodančios institucijos nustatytą ne trumpesnę kaip vienos darbo dienos, tačiau ne ilgesnę kaip 40 darbo dienų nuo leidimo galiojimo termino pabaigos ar leidimo galiojimo panaikinimo dienos terminą, kuris nurodomas leidime ar leidimą išduodančios institucijos pranešime apie sprendimą panaikinti leidimo galiojimą;

2) pašalinti iškabą, kai nutraukia savo veiklą buveinės pastate ar prekybos ar paslaugų teikimo vietoje, kurioje ar prie kurios įrengta jo iškaba, – ne vėliau kaip per 20 darbo dienų nuo savo veiklos nutraukimo buveinės pastate ar prekybos ar paslaugų teikimo vietoje;

3) užtikrinti, kad išorinė reklama būtų tvarkinga, nesugadinta, įrengta pagal leidime nurodytą išorinės reklamos įrengimo projektą;

4) pranešti leidimą išdavusiai institucijai apie pasikeitusius duomenis: leidimo turėtojo (juridinio asmens) teisinę formą, pavadinimą, buveinės adresą; leidimo turėtojo (fizinio asmens) vardą, pavardę; adresą korespondencijai, telefono numerį, elektroninio pašto adresą – ne vėliau kaip per 10 darbo dienų nuo šių duomenų pasikeitimo.

16. Kai pagal šio straipsnio 2 dalies 1, 2, 4 ir 5 punktuose nustatytas išimtis išorinei reklamai įrengti leidimo nereikia, reklaminės veiklos subjektas privalo pašalinti reklamą, išardyti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę, sutvarkyti aplinką – ne vėliau kaip per 20 darbo dienų nuo savo veiklos nutraukimo buveinės pastate ar prekybos ar paslaugų teikimo vietoje, kurioje įrengta ši išorinė reklama, dienos.

17. Leidimo turėtojas turi šias teises:

1) leidime nurodytoje vietoje pagal jame nurodytą išorinės reklamos įrengimo projektą įrengti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę ir ant jos skleisti reklamą arba skleisti reklamą ant pritaikytos išorinės reklamos pateikimo priemonės;

2) apskusti leidimą išduodančios institucijos sprendimus, kai jis mano, kad jo teisės ar įstatymų saugomi teisėti interesai yra pažeisti;

3) kitas įstatymų ir kitų teisės aktų jam suteiktas teises.“

3 straipsnis. 14 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 14 straipsnį ir jį išdėstyti taip:

„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 kitų teisės aktų, nustatančių reikalavimus maisto reklamai, nuostatų neatitinkanti maisto reklama.

2. Pradinio maitinimo kūdikių mišinių reklama leidžiama tik sveikatos priežiūros specialistams skirtuose leidiniuose ir mokslo publikacijose teisės aktų, nustatančių informacijos apie šiuos mišinius teikimo reikalavimus, nustatyta tvarka.

3. Maisto reklamoje privalo būti nurodyta, kad maistas yra genetiškai modifikuotas, jeigu pagal teisės aktų, nustatančių reikalavimus genetiškai modifikuoto maisto ženklinimui, nuostatas jį ženklinant turi būti pateikiama informacija apie tai, kad maistas – genetiškai modifikuoti organizmai, kad maisto sudėtyje arba jo sudedamosiose dalyse yra genetiškai modifikuotų organizmų, kad maistas pagamintas iš genetiškai modifikuotų organizmų arba jo sudėtyje yra iš genetiškai modifikuotų organizmų pagamintų dalių.

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

5. Draudžiama nurodyti energinius gėrimus kaip rėmėjų gaminius ar kitaip juos reklamuoti:

1) ugdymo įstaigose, kurias lanko jaunesni kaip 18 metų asmenys;

2) koncertų, sporto, labdaros ir (ar) paramos bei kitų renginių, skirtų asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, vietose ir jų reklamoje;

3) teatro spektaklių, kino filmų ir videofilmų, skirtų asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, demonstravimo vietose ir jų reklamoje;

4) visuomenės informavimo priemonėse, skirtose asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, ir jų reklamoje;

5) akcijose, konkursuose, skirtuose asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, ir jų reklamoje.

6. Draudžiama energinius gėrimus nemokamai platinti reklamos tikslais jaunesniems kaip 18 metų asmenims.

7. Energinių gėrimų reklamoje privalo būti įrašyti žodžiai „nevertoti su alkoholiniais gėrimais“.

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) jų prekių ženklai.

9. Šio straipsnio 3, 4 ir 7 dalyse nurodytos informacijos pateikimo reklamoje taisyklės nustato Vyriausybės įgaliota institucija.“

4 straipsnis. 15 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 15 straipsnį ir jį išdėstyti taip:

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

Sveikatos priežiūros paslaugų ir medicinos priemonių (prietaisų) reklamoje draudžiama naudoti paciento vardą, pavardę, įvaizdį, remtis sveikatos priežiūros institucijų, sveikatos priežiūros specialistų ar jų profesinių organizacijų rekomendacijomis.“

5 straipsnis. 19 straipsnio pakeitimas

1. Pakeisti 19 straipsnio 1 dalies 4 punktą ir jį išdėstyti taip:

„4) savivaldybių vykdomosios institucijos – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 3, 5, 15 ir 16 dalių nuostatų;“.

2. Pakeisti 19 straipsnio 1 dalies 5 punktą ir jį išdėstyti taip:

„5) Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 3, 5 dalių, 15 dalies 1, 2 ir 3 punktų, 16 dalies nuostatų (dėl išorinės reklamos įrengimo kultūros paveldo objektuose, jų teritorijose ir apsaugos zonose);“.

3. Pakeisti 19 straipsnio 1 dalies 6 punktą ir jį išdėstyti taip:

„6) saugomų teritorijų direkcija arba regiono aplinkos apsaugos departamentas, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomų teritorijų direkcijos, – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 3, 5 dalių, 15 dalies 1, 2 ir 3 punktų, 16 dalies nuostatų (dėl išorinės reklamos įrengimo saugomose teritorijose).“

6 straipsnis. 21 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 21 straipsnio 3 dalį ir ją išdėstyti taip:

„3. Priežiūros institucijų darbuotojams draudžiama atskleisti jiems patikėtą reklaminės veiklos subjektų ar kitų asmenų, į kuriuos kreipiasi priežiūros institucija dėl šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimui tirti reikalingų dokumentų ar kitos informacijos pateikimo, (toliau – kiti asmenys) komercinę paslaptį, išskyrus įstatymų nustatytus atvejus.“

7 straipsnis. Įstatymo papildymas 21¹ straipsniu

Papildyti įstatymą 21¹ straipsniu:

„21¹ straipsnis. Komercinių paslapčių apsauga

1. Reklaminės veiklos subjektai ar kiti asmenys, teikdami šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimui tirti reikalingus dokumentus ar kitą informaciją priežiūros institucijai arba nedelsdami, kai tik sužino, kad priežiūros institucija turi dokumentų ar kitos informacijos, sudarančios jų komercinę paslaptį, gali pateikti priežiūros institucijai prašymą dėl jų komercinių paslapčių apsaugos. Šiame prašyme turi būti aiškiai ir motyvuotai nurodyta, kurią informaciją priežiūros institucija turėtų laikyti reklaminės veiklos subjekto ar kitų asmenų komercine paslaptimi.

2. Priežiūros institucija ar jos įgaliotas pareigūnas ne vėliau kaip per 10 darbo dienų nuo prašymo dėl komercinių paslapčių apsaugos gavimo dienos priima sprendimą dėl prašymo tenkinimo ar atsisakymo jį tenkinti ir praneša reklaminės veiklos subjektui ar kitam asmeniui, jei priimamas

sprendimas prašyme nurodytos informacijos nelaikyti komercine paslaptimi. Prašymas dėl komercinių paslapčių apsaugos netenkinamas, jeigu jame nurodyta informacija įstatymais pripažįstama vieša arba turi ar gali turėti įrodomosios reikšmės nustatant šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimą. Šio prašymo nagrinėjimo metu reklaminės veiklos subjekto ar kito asmens prašyme nurodyta informacija laikoma komercinę paslaptį turinčia informacija.

3. Jeigu reklaminės veiklos subjektas ar kitas asmuo pateikia prašymą dėl komercinių paslapčių apsaugos, bet nenurodo, kurią konkrečią informaciją priežiūros institucija turi laikyti reklaminės veiklos subjekto ar kito asmens komercine paslaptimi, priežiūros institucija gali reikalauti, kad prašymą pateikęs reklaminės veiklos subjektas ar kitas asmuo per priežiūros institucijos nustatytą ne trumpesnę kaip 3 darbo dienų terminą nurodytą šią informaciją. Jeigu per nustatytą terminą reklaminės veiklos subjektas ar kitas asmuo nenurodo, kurią konkrečią informaciją priežiūros institucija turi laikyti komercine paslaptimi, laikoma, kad priežiūros institucijos turima informacija nėra komercinę paslaptį sudaranti informacija.“

8 straipsnis. 24 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 24 straipsnio 4 dalį ir ją išdėstyti taip:

„4. Už šio įstatymo 12 straipsnio 1, 3, 5 dalyse, 15 dalies 1, 2 ir 3 punktuose ir 16 dalyje nustatytų reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo dviejų šimtų aštuoniasdešimt devynių iki dviejų tūkstančių aštuonių šimtų devyniasdešimt šešių eurų.“

9 straipsnis. 25 straipsnio pakeitimas

1. Pakeisti 25 straipsnio 5 dalies 5 punktą ir jį išdėstyti taip:

„5) nėra faktinių duomenų, kurie leistų pagrįstai įtarti, kad šis įstatymas buvo pažeistas;“.

2. Pakeisti 25 straipsnio 5 dalies 6 punktą ir jį išdėstyti taip:

„6) pranešime (skunde) nurodyti faktai yra mažareikšmiai.“

3. Pakeisti 25 straipsnio 8 dalį ir ją išdėstyti taip:

„8. Motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas arba motyvuotas priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimas atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą turi būti priimtas ne vėliau kaip per 30 kalendorinių dienų nuo šio straipsnio 4 dalyje nurodytus reikalavimus atitinkančio pranešimo (skundo) gavimo dienos, išskyrus šio straipsnio 5 dalies 1, 2 ir 3 punktuose nurodytus atvejus. Apie priimtą priežiūros institucijos nutarimą arba priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimą pareiškėjas informuojamas raštu ne vėliau kaip per 3 darbo dienas nuo nutarimo ar sprendimo priėmimo dienos. Šio straipsnio 5 dalies 1, 2 ir 3 punktuose nurodytais atvejais motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas arba motyvuotas priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimas atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą turi būti priimtas ir apie tai pareiškėjas turi būti informuotas ne vėliau kaip per 5 darbo dienas nuo pranešimo (skundo) gavimo dienos.“

4. Pakeisti 25 straipsnio 13 dalį ir ją išdėstyti taip:

„13. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviai pranešimo (skundo) nagrinėjimo metu turi teisę duoti paaiškinimus žodžiu ar raštu, pateikti papildomą informaciją ir kitus dokumentus, taip pat, gavę šio straipsnio 14 dalyje nurodytą informaciją apie pranešimo (skundo) nagrinėjimą priežiūros institucijoje, susipažinti su gautais dokumentais ir kita informacija, išskyrus dokumentus ir informaciją, kurie sudaro valstybės, tarnybos, komercinę arba profesinę paslaptį. Jeigu norima susipažinti su komercinę paslaptį sudarančia informacija, būtina gauti reklaminės veiklos subjekto ar kito asmens, su kurio komercinę paslaptį sudarančia informacija norima susipažinti, sutikimą.“

5. Pakeisti 25 straipsnio 14 dalį ir ją išdėstyti taip:

„14. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviams ne vėliau kaip prieš 21 kalendorinę dieną iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos registruotu laišku pranešama apie galimus šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus, pranešimo (skundo) nagrinėjimo vietą ir laiką, pasiūloma susipažinti su gautais dokumentais ir kita informacija, išskyrus dokumentus ir informaciją, kurie sudaro valstybės, tarnybos, komercinę ar profesinę paslaptį,

informuojama, kad, norint susipažinti su komercinę paslaptį sudarančia informacija, būtina gauti reklaminės veiklos subjekto ar kito asmens, su kurio komercinę paslaptį sudarančia informacija norima susipažinti, sutikimą, taip pat pasiūloma ne vėliau kaip prieš 7 kalendorines dienas iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos raštu pateikti paaiškinimus.“

6. Pakeisti 25 straipsnio 15 dalį ir ją išdėstyti taip:

„15. Priežiūros institucija pranešimą (skundą) nagrinėja rašytinio proceso tvarka. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviai turi teisę ne vėliau kaip prieš 14 kalendorinių dienų iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos pateikti motyvuotą prašymą dėl pranešimo (skundo) nagrinėjimo žodinio proceso tvarka. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviui pateikus motyvuotą prašymą dėl pranešimo (skundo) nagrinėjimo žodinio proceso tvarka, priežiūros institucija priima sprendimą pranešimą (skundą) nagrinėti rašytinio arba žodinio proceso tvarka ir apie tai informuoja pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyvius.“

10 straipsnis. 26 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 26 straipsnio 1 dalį ir ją išdėstyti taip:

„1. Priežiūros institucijos paskirta bauda sumokama ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos.“

11 straipsnis. Įstatymo įsigaliojimas, taikymas ir įgyvendinimas

1. Šis įstatymas, išskyrus šio straipsnio 5 dalį, įsigalioja 2017 m. gegužės 1 d.

2. Leidimai įrengti išorinę reklamą, išduoti iki šio įstatymo įsigaliojimo, galioja iki juose nurodyto termino pabaigos, tačiau ne ilgiau kaip 10 metų po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateiktas tik prekių ženklas, ir ne ilgiau kaip 5 metus po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta kita išorinė reklama.

3. Leidimai įrengti išorinę reklamą, išduoti iki šio įstatymo įsigaliojimo, kuriuose galiojimo terminas nėra nustatytas, galioja ne ilgiau kaip 10 metų po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateiktas tik prekių ženklas, ir ne ilgiau kaip 5 metus po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta kita išorinė reklama.

4. Iki šio įstatymo įsigaliojimo pradėtos Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimų nagrinėjimo ir leidimų įrengti išorinę reklamą išdavimo, leidimų galiojimo sustabdymo, leidimų galiojimo sustabdymo panaikinimo ar leidimų galiojimo panaikinimo procedūros tęsiamos pagal iki šio įstatymo įsigaliojimo galiojusius teisės aktus.

5. Vyriausybė ar jos įgaliota institucija iki šio įstatymo įsigaliojimo priima šio įstatymo įgyvendinamuosius teisės aktus.

Skelbiu šį Lietuvos Respublikos Seimo priimtą įstatymą.

Respublikos Prezidentas

Ūkio ministras
[Signature]
Evaldas Gustas
2016-05-16

Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos
Teisės ir pirkimų departamento
direktore

Lina Ševciovaitė

2016-05-15

LIETUVOS RESPUBLIKOS
REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ
PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹ STRAIPSNIU
ĮSTATYMAS

2016 m. d. Nr.
Vilnius

1 straipsnis. 2 straipsnio pakeitimas

1. Papildyti 2 straipsnį 1¹ dalimi:

„1¹. Iškaba – ant ar prie reklamos davėjo buveinės pastato arba reklamos davėjo prekybos ar paslaugų teikimo vietoje ar prie jos įrengiama speciali išorinės reklamos pateikimo priemonė, ant kurios ar kurioje pateikiama informacija: reklamos davėjo pavadinimas ir (arba) reklamos davėjo prekybos ar paslaugų teikimo vietos pavadinimas (parduotuvė, viešbutis, kirpykla ir kt.), ir (arba) parduodamų prekių ar teikiamų paslaugų pavadinimas (avalynė, automobilių remontas ir kt.). Iškaba taip pat laikoma tokios informacijos pateikimo vieta ant reklamos davėjo buveinės arba prekybos ar paslaugų teikimo vietos pastato sienos, langų ar durų. Be nurodytos informacijos, iškaboje gali būti pateikiamas prekių ženklas, emblema, reklamos davėjo vardas, pavardė.“

2. Pakeisti 2 straipsnio 2 dalį ir ją išdėstyti taip:

„2. Išorinė reklama – reklama, kurios įvairios specialios (stendai, skydai, stulpai, vitrinos ir pan.) ir pritaikytos (pastatų sienos, **langai, durys**, stogai, laikinieji statiniai, transporto priemonės, oro balionai ir pan.) pateikimo priemonės yra ne patalpose. **Išorinė reklama taip pat laikoma:**

1) reklama, kurios pateikimo priemonės yra patalpose, tačiau ji yra matoma tik iš lauko pusės;

2) iškaboje pateikiama informacija.“

3. Pakeisti 2 straipsnio 6 dalį ir ją išdėstyti taip:

„6. Pradinio maitinimo kūdikių mišiniai – ~~specialios paskirties maisto produktai kūdikiams, visiškai patenkinantys jų mitybos poreikius pirmaisiais gyvenimo mėnesiais, kol pradeda maitinti papildomai kaip apibrėžta 2013 m. birželio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 609/2013 dėl kūdikiams ir mažiems vaikams skirtų maisto produktų, specialiosios medicininės paskirties maisto produktų ir viso paros raciono pakaitalų svariui kontroliuoti ir kuriuo panaikinami Tarybos direktyva 92/52/EEB, Komisijos direktyvos 96/8/EB, 1999/21/EB, 2006/125/EB ir 2006/141/EB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2009/39/EB ir Komisijos reglamentai (EB) Nr. 41/2009 ir (EB) Nr. 953/2009 (OL 2013 L 181, p. 35) 2 straipsnio 2 dalies c punkte.~~“

2 straipsnis. 12 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 12 straipsnį ir jį išdėstyti taip:

„12 straipsnis. Išorinės reklamos įrengimo reikalavimai

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 **taip pat** 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~~ **Draudžiama** naudoti išorinę reklamą, imituojančią kelio ženklus ir (ar) naudojančią kelio ženklų simboliką. Reklama, įrengta pažeidžiant šiuos reikalavimus, turi būti nuimta, nugriauta ar išmontuota neatlyginant nuostolių jos savininkui arba įrengusių asmenų išlomis;

2) ant skulptūrų, paminklų ir medžių;

3) gamtiniuose ir kompleksiniuose draustiniuose, valstybiniuose parkuose, jeigu išorinė reklama nesusijusi su draustiniuose ar valstybiniuose parkuose saugomais kompleksais ir objektais (vertybėmis). Šis draudimas netaikomas įrengiant išorinę reklamą draustiniuose ir valstybiniuose parkuose esančių miestų ir miestelių teritorijose;

4) neturint žemę, statinius ar kitus objektus, ant kurių ji įrengiama, nuosavybės teise ar kitais teisėtais pagrindais valdančio asmens (toliau – savininkas) sutikimo; **bendrosios nuosavybės atveju, – neturint Lietuvos Respublikos civilinio kodekso nustatyta tvarka priimto bendraturčių sutikimo.** Tuo atveju, kai reklama įrengiama ant bendrojo naudojimo objektų, neturint butų ir kitų patalpų savininkų daugumos sutikimo, jeigu butų ir kitų patalpų savininkų bendrijos įstatuose ar jungtinės veiklos sutartyje nenumatyta kitaip **Laikoma, kad butų ir kitų patalpų savininkų sutikimas ant bendrojo naudojimo objekte esančių reklamos davėjo nuosavybės teise ar kitais teisėtais pagrindais valdomų negyvenamosios paskirties patalpų, kuriose yra jo buveinė arba prekybos ar paslaugų teikimo vieta, išorinės sienos įrengti iškaba, kuriai nenaudojamas apšvietimas, išduotas, kai gauta butų ir kitų patalpų savininkų susirinkime dalyvavusių ar raštu balsavusių butų ir kitų patalpų savininkų balsų dauguma, bet ne mažiau kaip 1/4 visų butų ir kitų patalpų savininkų balsų.**

5) neturint leidimo įrengti išorinę reklamą (toliau – leidimas), išskyrus šio straipsnio 2 dalyje nurodytus atvejus.

2. Leidimas nereikalingas, kai:

1) reklamos pateikimo priemonės yra nekilnojamojo turto registre įregistruotame statinyje su stogu ir galinėmis sienomis ar be sienų ir ant šių reklamos pateikimo priemonių pateikiama reklama yra susijusi su šiame statinyje vykdoma veikla;

2) reklamos pateikimo priemonės yra patalpose, tačiau reklama yra matoma iš lauko pusės;

3) išorinė reklama pateikiama ant transporto priemonių, kurios naudojamos pagal jų tiesioginę paskirtį žmonėms ir (arba) kroviniams vežti, išskyrus atvejus, kai ant transporto priemonės įrengiama speciali reklamos pateikimo priemonė ir ant jos pateikiama išorinė reklama;

4) iškaba turi būti įrengiama pagal Lietuvos Respublikos notariato įstatymu, Lietuvos Respublikos antstolių įstatymu įgaliotos institucijos patvirtintą formą;

5) įrengiama ne didesnio kaip 0,3 m² ploto iškaba ir ant jos ar joje pateikiamas reklamos davėjo pavadinimas. Be nurodytos informacijos, šioje iškaboje gali būti pateikiamas prekių ženklas, emblema, reklamos davėjo vardas, pavardė.

~~2.~~ 3. 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~~ **gavus** saugomų teritorijų ~~direkcija~~ **direkcijos** arba regiono aplinkos apsaugos ~~departamentu~~ **departamento**, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomų teritorijų ~~direkcijos~~, **sutikimą.**

~~3.~~ 4. Išorinės reklamos įrengimo taisyklės, kuriose **nustatoma** išorinės reklamos įrengimo reikalavimai, leidimų išdavimo tvarka ir jų galiojimo terminai, **reikalavimų ir reikalavimų, susijusių su leidimo išdavimu, atsisakymu išduoti leidimą, įspėjimu apie galimą leidimo galiojimo panaikinimą ir leidimo galiojimo panaikinimu, įgyvendinimo tvarka,** tvirtina Lietuvos Respublikos Vyriausybė (toliau – Vyriausybė) arba jos įgaliota institucija.

4. 5. Išorinė reklama turi būti įrengiama vadovaujantis projektavimą, statybą, kultūros paveldo objektų ir kraštovaizdžio apsaugą, teritorijų planavimą, **eismo saugumą** ir valstybinės kalbos

vartojimą reglamentuojančių teisės aktų nuostatomis, Išorinės reklamos įrengimo taisyklėmis, savivaldybės institucijos patvirtintais išorinės reklamos ~~specialiaisiais planais~~ **specialiojo teritorijų planavimo dokumentais ir (ar) kompleksinio ar bendraisiais teritorijų planavimo dokumentais** ir (ar) juose nustatytais išorinės reklamos įrengimo reglamentais.

5. 6. Leidimas suteikia teisę leidime nurodytoje vietoje įrengti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę ir ant jos skleisti reklamą arba skleisti reklamą ant pritaikytos išorinės reklamos pateikimo priemonės.

6. 7. Leidimus išduoda, apie galimą leidimų galiojimo panaikinimą **įspėja, leidimų galiojimą panaikina** Savivaldybės savivaldybės, kurios teritorijoje įrengiama išorinė reklama, vykdomoji institucija arba, kai savivaldybės gyventojų skaičius yra didesnis kaip 100 tūkstančių gyventojų, – savivaldybės vykdomoji institucija ar jos įgaliotas savivaldybės administracijos valstybės tarnautojas (toliau kartu – **leidimą išduodanti institucija**), – vadovaudamasi vadovaudamiesi šiuo įstatymu ir Išorinės reklamos įrengimo taisyklėmis. – išduoda leidimus, sustabdo jų galiojimą, panaikina galiojimo sustabdymą, panaikina leidimų galiojimą. Tuo atveju, kai savivaldybės vykdomoji institucija išduoti leidimus, **įspėti apie galimą leidimų galiojimo panaikinimą, panaikinti leidimų galiojimą įgalioja** savivaldybės administracijos valstybės tarnautoją, ji turi sudaryti patariamąją komisiją šio straipsnio 9 dalyje nurodytiems dokumentams vertinti ir siūlymams dėl leidimų išdavimo teikti (toliau – Komisija) ir patvirtinti jos veiklos nuostatus. Komisija vertina, ar reklaminės veiklos subjekto, siekiančio gauti leidimą, pateikti dokumentai atitinka šiame įstatyme ir Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nustatytus reikalavimus, ir Komisijos nuostatuose nustatyta tvarka teikia siūlymus dėl leidimo išdavimo įgaliotam savivaldybės administracijos valstybės tarnautojui.

8. Leidimo galiojimo terminas nustatomas atsižvelgiant į paraiškoje išduoti leidimą nurodytą laikotarpį, tačiau negali būti ilgesnis kaip 10 metų, kai įrengiama iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateikiamas tik prekių ženklas, ir ilgesnis kaip 5 metai, kai įrengiama kita išorinė reklama.

9. Reklaminės veiklos subjektas, norėdamas gauti leidimą, jį išduodančiai institucijai pateikia paraišką išduoti leidimą, Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nustatyto turinio išorinės reklamos įrengimo projektą ir kitus šiose taisyklėse nustatytus leidimui išduoti reikalingus dokumentus (toliau kartu – dokumentai leidimui išduoti).

10. Leidimas išduodamas arba reklaminės veiklos subjektui pateikiamas rašytinis motyvuotas atsisakymas jį išduoti ne vėliau kaip per 20 darbo dienų nuo visų tinkamai įformintų dokumentų leidimui išduoti gavimo. Jeigu pateikti ne visi, nevisiškai ar neteisingai užpildyti dokumentai leidimui išduoti arba juose pateikti neteisingi duomenys, leidimą išduodanti institucija per 5 darbo dienas nuo dokumentų leidimui išduoti gavimo dienos praneša apie tai reklaminės veiklos subjektui ir nustato ne trumpesnę kaip 5 darbo dienų ir ne ilgesnę kaip 15 darbo dienų terminą trūkumams pašalinti. Tokiu atveju 20 darbo dienų terminas skaičiuojamas nuo visų papildytų (patikslintų) dokumentų leidimui išduoti gavimo dienos. Jeigu per nurodytą 20 darbo dienų terminą leidimą išduodanti institucija neišduoda leidimo ir nepateikia motyvuoto rašytinio atsisakymo išduoti leidimą, laikoma, kad leidimas išduotas.

11. Jeigu leidimą turintis reklaminės veiklos subjektas (toliau – leidimo turėtojas) nori gauti naują leidimą, jis leidimą išduodančiai institucijai ne vėliau kaip prieš 20 darbo dienų iki leidimo galiojimo termino pabaigos turi pateikti dokumentus leidimui išduoti, išskyrus dokumentus, kuriuos reklaminės veiklos subjektas jau yra pateikęs leidimą išduodančiai institucijai turimam leidimui gauti ir juose pateikti duomenys ir (ar) informacija nepasikeitė. Naujas leidimas išduodamas šio straipsnio 10 dalyje nustatyta tvarka ir terminais.

7.12. Leidimas neišduodamas, jeigu:

1) pateikiami ne visi, Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nurodyti **nevisiškai ar neteisingai užpildyti** dokumentai **leidimui išduoti** pateikti dokumentai neatitinka teisės aktų nustatytų reikalavimų arba pateikti neteisingi duomenys ir reklaminės veiklos subjektas neįvykdo

leidimus išduodančios savivaldybės vykdomosios institucijos reikalavimo per **jos nustatytą terminą** 5 darbo dienas ištaisyti **pašalinti** šiuos trūkumus;

2) numatoma įrengti išorinė reklama neatitinka šiame straipsnyje nustatytų išorinės reklamos įrengimo reikalavimų;

3) **reklaminės veiklos subjektas nesumoka savivaldybės, kurios teritorijoje įrengiama išorinė reklama, tarybos nustatytos vietinės rinkliavos, jeigu vietinės rinkliavos nuostatuose nustatyta, kad vietinė rinkliava už leidimo išdavimą turi būti sumokėta prieš išduodant leidimą.**

8.13. Reklaminės veiklos subjekto leidimo galiojimas sustabdomas Leidimo turėtojas **įspėjamas apie galimą leidimo galiojimo panaikinimą, jeigu:**

1) paaiškėja, kad leidimui gauti buvo pateikti neteisingi duomenys;

2) išorinė reklama įrengta nesilaikant leidime nurodyto išorinės reklamos įrengimo projekto;

3) **leidimo turėtojas nesumoka savivaldybės, kurios teritorijoje įrengiama išorinė reklama, tarybos nustatytos vietinės rinkliavos vietinės rinkliavos nuostatuose nustatyta tvarka, jeigu vietinės rinkliavos nuostatuose nustatyta, kad vietinė rinkliava už leidimo išdavimą mokama po leidimo išdavimo.**

~~9. Reklaminės veiklos subjekto leidimo galiojimo sustabdymas panaikinamas, jeigu reklaminės veiklos subjektas įvykdo leidimus išduodančios institucijos reikalavimus per 5 darbo dienas ištaisyti nurodytus trūkumus.~~

~~10.14. Leidimo galiojimas panaikinamas, jeigu:~~

~~1) reklaminės veiklos subjektas leidimo turėtojas pateikia paraišką panaikinti leidimo galiojimą;~~

~~2) reklaminės veiklos subjektas leidimo turėtojas (juridinis asmuo) yra likviduotas ar likviduojamas;~~

~~3) reklaminės veiklos subjektas leidimo turėtojas (fizinis asmuo) miršta;~~

~~4) reklaminės veiklos subjektas leidimo turėtojas, sustabdžius jo leidimo galiojimą, įspėjus apie jo leidimo galiojimo galimą panaikinimą, neįvykdo leidimus leidimą išduodančios savivaldybės vykdomosios institucijos reikalavimų per 5 darbo dienas ištaisyti pašalinti nurodytus trūkumus pažeidimus per Išorinės reklamos įrengimo taisyklėse nustatytą terminą;~~

~~5) pasibaigia šio straipsnio 1 dalies 4 punkte ir 3 dalyje nurodytuose dokumentuose žemės, statinių ar kitų objektų, ant kurių įrengta išorinė reklama, savininko nustatytas sutikimo galiojimo terminas.~~

~~11. Leidimai registruojami savivaldybės vykdomosios institucijos nustatyta tvarka ir informacija apie jų išdavimą skelbiama savivaldybės interneto svetainėje.~~

~~12. 15. Pasibaigus leidimo galiojimo terminui ar panaikinus leidimo galiojimą, reklaminės veiklos subjektas Leidimo turėtojas privalo per savivaldybės vykdomosios institucijos terminą:~~

~~1) išardyti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę, arba nukabinti reklamą ir sutvarkyti aplinką, kai pasibaigia leidimo galiojimo terminas ar leidimo galiojimas panaikinamas, – per leidimą išduodančios institucijos nustatytą ne trumpesnę kaip vienos darbo dienos, tačiau ne ilgesnę kaip 40 darbo dienų nuo leidimo galiojimo termino pabaigos ar leidimo galiojimo panaikinimo dienos terminą, kuris nurodomas leidime ar leidimą išduodančios institucijos pranešime apie sprendimą panaikinti leidimo galiojimą;~~

~~2) pašalinti iškabą, kai nutraukia savo veiklą buveinės pastate ar prekybos ar paslaugų teikimo vietoje, kurioje ar prie kurios įrengta jo iškaba, – ne vėliau kaip per 20 darbo dienų nuo savo veiklos nutraukimo buveinės pastate ar prekybos ar paslaugų teikimo vietoje;~~

~~3) užtikrinti, kad išorinė reklama būtų tvarkinga, nesugadinta, įrengta pagal leidime nurodytą išorinės reklamos įrengimo projektą;~~

~~4) pranešti leidimą išdavusiai institucijai apie pasikeitusius duomenis: leidimo turėtojo (juridinio asmens) teisinę formą, pavadinimą, buveinės adresą; leidimo turėtojo (fizinio asmens) vardą, pavardę; adresą korespondencijai, telefono numerį, elektroninio pašto adresą – ne vėliau kaip per 10 darbo dienų nuo šių duomenų pasikeitimo.~~

16. Kai pagal šio straipsnio 2 dalies 1, 2, 4 ir 5 punktuose nustatytas išimtis išorinei reklamai įrengti leidimo nereikia, reklaminės veiklos subjektas privalo pašalinti reklamą, išardyti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę, sutvarkyti aplinką – ne vėliau kaip per 20 darbo dienų nuo savo veiklos nutraukimo buveinės pastatė ar prekybos ar paslaugų teikimo vietoje, kurioje įrengta ši išorinė reklama, dienos.

17. Leidimo turėtojas turi šias teises:

1) leidime nurodytoje vietoje pagal jame nurodytą išorinės reklamos įrengimo projektą įrengti specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę ir ant jos skleisti reklamą arba skleisti reklamą ant pritaikytos išorinės reklamos pateikimo priemonės;

2) apskūsti leidimą išduodančios institucijos sprendimus, kai jis mano, kad jo teisės ar įstatymų saugomi teisėti interesai yra pažeisti;

3) kitas įstatymų ir kitų teisės aktų jam suteiktas teises.“

3 straipsnis. 14 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 14 straipsnį ir jį išdėstyti taip:

„14 straipsnis. Maisto reklama

1. Reklamoje draudžiama:

1) nurodyti ar užsiminti apie tas maisto savybes, kurių jis neturi, taip pat apie žmogaus ligų gydymo ar profilaktines savybes ir kitas savybes, jeigu tokios informacijos pateikimas neatitinka teisės aktuose nustatytų reikalavimų;

2) nurodyti, kad koks nors maistas turi ypatingų savybių, jeigu iš tikrųjų tokios savybės būdingos visiems panašiams gaminiams.

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 kitų teisės aktų, nustatančių reikalavimus maisto reklamai, nuostatų neatitinkanti maisto reklama.

2. Pradinio maitinimo kūdikių mišinių reklama leidžiama tik sveikatos priežiūros specialistams skirtuose leidiniuose ir mokslo publikacijose teisės aktų, **nustatančių informacijos apie šiuos mišinius teikimo reikalavimus**, nustatyta tvarka.

3. Maisto reklamoje privalo būti nurodyta, kad maistas yra genetiškai modifikuotas, jeigu pagal teisės aktų, ~~nustatytus~~ **nustatančių** reikalavimus **genetiškai modifikuoto maisto ženklinimui, nuostatas** jį ženklinant turi būti pateikiama informacija apie tai, kad maistas – genetiškai modifikuoti organizmai, kad maisto sudėtyje arba jo sudedamosiose dalyse yra genetiškai modifikuotų organizmų, kad maistas pagamintas iš genetiškai modifikuotų organizmų arba jo sudėtyje yra iš genetiškai modifikuotų organizmų pagamintų dalių.

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

5. Draudžiama nurodyti energinius gėrimus kaip rėmėjų gaminius ar kitaip juos reklamuoti:

1) ugdymo įstaigose, kurias lanko jaunesni kaip 18 metų asmenys;

2) koncertų, sporto, labdaros ir (ar) paramos bei kitų renginių, skirtų asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, vietose ir jų reklamoje;

3) teatro spektaklių, kino filmų ir videofilmų, skirtų asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, demonstravimo vietose ir jų reklamoje;

4) visuomenės informavimo priemonėse, skirtose asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, ir jų reklamoje;

5) akcijose, konkursuose, skirtuose asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, ir jų reklamoje.

6. Draudžiama energinius gėrimus nemokamai platinti reklamos tikslais jaunesniems kaip 18 metų asmenims.

7. Energinių gėrimų reklamoje privalo būti įrašyti žodžiai „nevartoti su alkoholiniais gėrimais“.

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) jų prekių ženklai.

8.9. Šio straipsnio 3, 4 ir 7 dalyse nurodytos informacijos pateikimo reklamoje taisyklės nustato Lietuvos Respublikos Vyriausybės įgaliota institucija.“

4 straipsnis. 15 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 15 straipsnį ir jį išdėstyti taip:

„15 straipsnis. Sveikatos priežiūros paslaugų ir medicinos prietaisų ir aparatų priemonių (prietaisų) reklama

Sveikatos priežiūros paslaugų ir medicinos prietaisų ir aparatų priemonių (prietaisų) reklamoje draudžiama naudoti paciento vardą, pavardę, įvaizdį, remtis sveikatos priežiūros institucijų, sveikatos priežiūros specialistų ar jų profesinių organizacijų rekomendacijomis.“

5 straipsnis. 19 straipsnio pakeitimas

1. Pakeisti 19 straipsnio 1 dalies 4 punktą ir jį išdėstyti taip:

„4) savivaldybių vykdomosios institucijos – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 2 3, 4 5, ir 12 15 ir 16 dalių nuostatų;“.

2. Pakeisti 19 straipsnio 1 dalies 5 punktą ir jį išdėstyti taip:

„5) Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 2 3, 4 5 dalių, ir 12 15 dalies 1, 2 ir 3 punktų, 16 dalių dalies nuostatų (dėl išorinės reklamos įrengimo kultūros paveldo objektuose, jų teritorijose ir apsaugos zonose);“.

3. Pakeisti 19 straipsnio 1 dalies 6 punktą ir jį išdėstyti taip:

„6) saugomų teritorijų direkcija arba regiono aplinkos apsaugos departamentas, kai saugomoje teritorijoje nėra įsteigtos saugomų teritorijų direkcijos, – dėl šio įstatymo 12 straipsnio 1, 2 3, 4 5 dalių, ir 12 15 dalies 1, 2 ir 3 punktų, 16 dalių dalies nuostatų (dėl išorinės reklamos įrengimo saugomose teritorijose).“

6 straipsnis. 21 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 21 straipsnio 3 dalį ir ją išdėstyti taip:

„3. Priežiūros institucijų darbuotojams draudžiama atskleisti jiems patikėtą reklaminės veiklos subjektų ar kitų asmenų, į kuriuos kreipiasi priežiūros institucija dėl šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimui tirti reikalingų dokumentų ar kitos informacijos pateikimo, (toliau – kiti asmenys) komercinę paslaptį, išskyrus įstatymų nustatytus atvejus.“

7 straipsnis. Įstatymo papildymas 21¹ straipsniu

Papildyti įstatymą 21¹ straipsniu:

„21¹ straipsnis. Komercinių paslapčių apsauga

1. Reklaminės veiklos subjektai ar kiti asmenys, teikdami šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimui tirti reikalingus dokumentus ar kitą informaciją priežiūros institucijai arba nedelsdami, kai tik sužino, kad priežiūros institucija turi dokumentų ar kitos informacijos, sudarančios jų komercinę paslaptį, gali pateikti priežiūros institucijai prašymą dėl jų komercinių paslapčių apsaugos. Šiame prašyme turi būti aiškiai ir motyvuotai nurodyta, kurią informaciją priežiūros institucija turėtų laikyti reklaminės veiklos subjekto ar kitų asmenų komercine paslaptimi.

2. Priežiūros institucija ar jos įgaliotas pareigūnas ne vėliau kaip per 10 darbo dienų nuo prašymo dėl komercinių paslapčių apsaugos gavimo dienos priima sprendimą dėl prašymo tenkinimo ar atsisakymo jį tenkinti ir praneša reklaminės veiklos subjektui ar kitam asmeniui, jei priimamas sprendimas prašyme nurodytos informacijos nelaikyti komercine paslaptimi.

26a

Prašymas dėl komercinių paslapčių apsaugos netenkinamas, jeigu jame nurodyta informacija įstatymais pripažįstama vieša arba turi ar gali turėti įrodomosios reikšmės nustatant šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimą. Šio prašymo nagrinėjimo metu reklaminės veiklos subjekto ar kito asmens prašyme nurodyta informacija laikoma komercinę paslaptį turinčia informacija.

3. Jeigu reklaminės veiklos subjektas ar kitas asmuo pateikia prašymą dėl komercinių paslapčių apsaugos, bet nenurodo, kurią konkrečią informaciją priežiūros institucija turi laikyti reklaminės veiklos subjekto ar kito asmens komercine paslaptimi, priežiūros institucija gali reikalauti, kad prašymą pateikęs reklaminės veiklos subjektas ar kitas asmuo per priežiūros institucijos nustatytą ne trumpesnę kaip 3 darbo dienų terminą nurodytą šią informaciją. Jeigu per nustatytą terminą reklaminės veiklos subjektas ar kitas asmuo nenurodo, kurią konkrečią informaciją priežiūros institucija turi laikyti komercine paslaptimi, laikoma, kad priežiūros institucijos turima informacija nėra komercinę paslaptį sudaranti informacija.“

8 straipsnis. 24 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 24 straipsnio 4 dalį ir ją išdėstyti taip:

„4. Už šio įstatymo 12 straipsnio 1, 2 3, 4 5 ir 12 dalyse, 15 dalies 1, 2 ir 3 punktuose ir 16 dalyje nustatytų reikalavimų nesilaikymą reklaminės veiklos subjektams gali būti skiriama bauda nuo dviejų šimtų aštuoniasdešimt devynių iki dviejų tūkstančių aštuonių šimtų devyniasdešimt šešių eurų.“

9 straipsnis. 25 straipsnio pakeitimas

1. Pakeisti 25 straipsnio 5 dalies 5 punktą ir jį išdėstyti taip:

„5) nėra faktinių duomenų, kurie leistų pagrįstai įtarti, kad šis įstatymas buvo pažeistas, ir pareiškėjas be pateisinamos priežasties per priežiūros institucijos nustatytą ne trumpesnę kaip 5 darbo dienų terminą nepateikia jo pranešimą (skundą) pagrindžiančių dokumentų ir duomenų;“.

2. Pakeisti 25 straipsnio 5 dalies 6 punktą ir jį išdėstyti taip:

„6) pranešime (skunde) nurodyti faktai yra mažareikšmiai, nedarantys žalos šio įstatymo saugomiems asmenų interesams.“

3. Pakeisti 25 straipsnio 8 dalį ir ją išdėstyti taip:

„8. Motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą, motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas arba motyvuotas priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimas atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą turi būti priimtas ne vėliau kaip per 30 kalendorinių dienų nuo šio straipsnio 4 dalyje nurodytus reikalavimus atitinkančio pranešimo (skundo) gavimo dienos, išskyrus šio straipsnio 5 dalies 1, 2 ir 3 punktuose nurodytus atvejus. Apie priimtą priežiūros institucijos nutarimą arba priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimą pareiškėjas informuojamas raštu ne vėliau kaip per 3 darbo dienas nuo nutarimo ar sprendimo priėmimo dienos. Šio straipsnio 5 dalies 1, 2 ir 3 punktuose nurodytais atvejais motyvuotas priežiūros institucijos nutarimas arba motyvuotas priežiūros institucijos įgalioto pareigūno sprendimas atsisakyti pradėti pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūrą turi būti priimtas ir apie tai pareiškėjas turi būti informuotas ne vėliau kaip per 5 darbo dienas nuo pranešimo (skundo) gavimo dienos.“

4. Pakeisti 25 straipsnio 13 dalį ir ją išdėstyti taip:

„13. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviai pranešimo (skundo) nagrinėjimo metu turi teisę duoti paaiškinimus žodžiu ar raštu, pateikti papildomą informaciją ir kitus dokumentus, taip pat, gavę šio straipsnio 14 dalyje nurodytą informaciją apie pranešimo (skundo) nagrinėjimą priežiūros institucijoje, susipažinti su gautais dokumentais ir kita informacija, išskyrus dokumentus ir informaciją, kurie sudaro valstybės, tarnybos, komercinę arba profesinę paslaptį. Jeigu norima susipažinti su dokumentais, kuriuose yra komercinių paslapčių komercinę paslaptį sudaranti informacija, būtina gauti reklaminės veiklos subjekto ar kito asmens, su kurio komercinės paslaptis

sudaranečiais dokumentais komercinę paslaptį sudarančia informacija norima susipažinti, sutikimą.“

5. Pakeisti 25 straipsnio 14 dalį ir ją išdėstyti taip:

„14. Priežiūros institucija pranešimą (skundą) nagrinėja rašytinio arba žodinio proceso tvarka. **Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviams ne vėliau kaip prieš 21 kalendorinę dieną iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos registruotu laišku pranešama apie galimus šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus, pranešimo (skundo) nagrinėjimo vietą ir laiką, pasiūloma susipažinti su gautais dokumentais ir kita informacija, išskyrus dokumentus ir informaciją, kurie sudaro valstybės, tarnybos, komercinę ar profesinę paslaptį, informuojama, kad, norint susipažinti su komercinę paslaptį sudarančia informacija, būtina gauti reklaminės veiklos subjekto ar kito asmens, su kurio komercinę paslaptį sudarančia informacija norima susipažinti, sutikimą, taip pat pasiūloma ne vėliau kaip prieš 7 kalendorines dienas iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos raštu pateikti paaiškinimus.**“

6. Pakeisti 25 straipsnio 15 dalį ir ją išdėstyti taip:

„15. ~~Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviams ne vėliau kaip prieš 21 kalendorinę dieną iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos registruotu laišku pranešama apie galimus šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus, pranešimo (skundo) nagrinėjimo vietą ir laiką, nurodoma pranešimo (skundo) nagrinėjimo tvarka, pasiūloma susipažinti su gautais dokumentais ir kita informacija, išskyrus dokumentus ir informaciją, kurie sudaro valstybės, tarnybos, komercinę ar profesinę paslaptį, taip pat pasiūloma ne vėliau kaip prieš 7 kalendorines dienas iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos raštu pateikti paaiškinimus.~~ **Priežiūros institucija pranešimą (skundą) nagrinėja rašytinio proceso tvarka. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviai turi teisę ne vėliau kaip prieš 14 kalendorinių dienų iki pranešimo (skundo) nagrinėjimo priežiūros institucijoje dienos pateikti motyvuotą prašymą dėl pranešimo (skundo) nagrinėjimo žodinio proceso tvarka. Pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyviui pateikus motyvuotą prašymą dėl pranešimo (skundo) nagrinėjimo žodinio proceso tvarka, priežiūros institucija priima sprendimą pranešimą (skundą) nagrinėti rašytinio arba žodinio proceso tvarka ir apie tai informuoja pranešimo (skundo) nagrinėjimo procedūros dalyvius.**“

10 straipsnis. 26 straipsnio pakeitimas

Pakeisti 26 straipsnio 1 dalį ir ją išdėstyti taip:

„1. Priežiūros institucijos paskirta bauda ~~į valstybės biudžetą~~ sumokama ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo nutarimo dėl baudos paskyrimo priėmimo dienos.“

11 straipsnis. Įstatymo įsigaliojimas, taikymas ir įgyvendinimas

1. Šis įstatymas, išskyrus šio straipsnio 5 dalį, įsigalioja 2017 m. gegužės 1 d.

2. Leidimai įrengti išorinę reklamą, išduoti iki šio įstatymo įsigaliojimo, galioja iki juose nurodyto termino pabaigos, tačiau ne ilgiau kaip 10 metų po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateiktas tik prekių ženklas, ir ne ilgiau kaip 5 metus po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta kita išorinė reklama.

3. Leidimai įrengti išorinę reklamą, išduoti iki šio įstatymo įsigaliojimo, kuriuose galiojimo terminas nėra nustatytas, galioja ne ilgiau kaip 10 metų po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateiktas tik prekių ženklas, ir ne ilgiau kaip 5 metus po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta kita išorinė reklama.

4. Iki šio įstatymo įsigaliojimo pradėtos Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimų nagrinėjimo ir leidimų įrengti išorinę reklamą išdavimo, leidimų galiojimo sustabdymo, leidimų galiojimo sustabdymo panaikinimo ar leidimų galiojimo panaikinimo procedūros tęsiamos pagal iki šio įstatymo įsigaliojimo galiojusius teisės aktus.

LIETUVOS RESPUBLIKOS ŪKIO MINISTERIJA

ADMINISTRACINĖS NAŠTOS ŪKIO SUBJEKTAMS APSKAIČIAVIMO ATASKAITA

2016 m. rugsėjo 13 d. Nr. 3

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 ir 26 straipsnių pakeitimo ir įstatymo papildymo 21 ¹ straipsniu įstatymo projektas (toliau – Įstatymo projektas)					Laikas (valandomis)		Vidinis tarifas (eurais)	Pridėtinės išlaidos	Išorinis tarifas (eurais)	Vykdy-mo veiksmo atlikimo dažnis	Ūkio subjek-tų skaičius	Kiekio kintamasis	Administracinė našta ūkio subjektams
Eil. Nr.	Tiriamas straipsnis (-iai), punktas (-ai)	Vykdy-mo veiksmas	Tikslinė grupė	Kil-mė	T _v	T _i	C _v	P	C _i	F	L	Q (F x L)	$AN_{vv} = (C_v \times P \times T_v + C_i \times T_i) \times Q$
1. Numatomų keisti ir (ar) naikinti galiojančių informacinių įpareigojimų sukeliamą administracinę naštą (skaičiuojant galiojančių teisės aktų, nustatančių informacinius įpareigojimus, sukeliamą administracinę naštą ūkio subjektams, kai teisės aktai nekeičiami, pildomas tik 1 punktas)													
1.1	Informacinis įpareigojimas A Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 4 punktas, įpareigojantis gauti butų ir kitų patalpų savininkų daugumos sutikimą, kai ant bendrojo naudojimo objekte esančių reklamos davėjo nuosavybės teise ar kitais teisėtais pagrindais valdomų negyvenamosios paskirties patalpų išorinės sienos įrengiama iškaba, kuriai nenaudojamas apšvietimas.	Butų ir kitų patalpų savininkų sutikimo gavimas	Reklami-nės veiklos subjektai	LR teisės aktai	3	0	3,69	1,25	0	0,1	3700*	370	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 3 \times 370 = 5120$

1.2	Istatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 4 punktas, nenumatantis galimybės tam tikrais atvejais gauti ne visų, o dalies butų ir kitų patalpų savininkų daugumos sutikimą.	Butų ir kitų patalpų savininkų sutikimo gavimas	Reklaminės veiklos subjektai	LR teisės aktai	3	0	3,69	1,25	0	0,1	185*	18,5	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 3 \times 18,5 = 256$
													$AN_{ij} = 5120 + 256 = 5376$
1.3	Informacinis įpareigojimas B Istatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 5 punktas, nustatantis, kad išorinei reklamai įrengti reikalingas leidimas (t.y. leidimas įrengti išorinę reklamą reikalingas ir tuo atveju, kai išorinės reklamos pateikimo priemonės yra nekilnojamojo turto registre įregistruotame statinyje su stogu ir galinėmis sienomis ar be sienų ir ant šių reklamos pateikimo priemonių pateikiama reklama yra susijusi su šiame statinyje vykdoma veikla).	Dokumentų leidimui gauti parengimas ir pateikimas	Reklaminės veiklos subjektai	LR teisės aktai	4	0	3,69	1,25	0	0,2	1011*	202,2	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 4 \times 202,2 = 3731$

1.4	<p>Informacinis įpareigojimas C</p> <p>Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 5 punktas, nustatantis, kad išorinei reklamai įrengti reikalingas leidimas (t.y. leidimas įrengti išorinę reklamą reikalingas ir tuo atveju, kai išorinė reklama pateikiama ant transporto priemonių, kurios naudojamos pagal jų tiesioginę paskirtį žmonėms ir (arba) kroviniams vežti).</p>	Dokumentų leidimui gauti parengimas ir pateikimas	Reklaminės veiklos subjektai	LR teisės aktai	4	0	3,69	1,25	0	0,2	640*	128	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 4 \times 128 = 2362$
1.5	<p>Informacinis įpareigojimas D</p> <p>Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 5 punktas, nustatantis, kad išorinei reklamai įrengti reikalingas leidimas (t.y. leidimas įrengti išorinę reklamą reikalingas ir tuo atveju, įrengiama ne didesnio kaip 0,3 m² ploto iškaba ir ant jos pateikiamas reklamos davėjo pavadinimas.</p>	Dokumentų leidimui gauti parengimas ir pateikimas	Reklaminės veiklos subjektai	LR teisės aktai	4	0	3,69	1,25	0	0,1	2500*	250	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 4 \times 250 = 4613$

1.6	<p>Informacinis įpareigojimas E</p> <p>Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 4 dalis, nustatanti, kad leidimų galiojimo terminą nustato Išorinės reklamos įrengimo taisyklės. Išorinės reklamos įrengimo taisyklių, patvirtintų Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2013-07-30 įsakymu Nr. 4-670, 21 punkte nustatytas 5 metų leidimo galiojimo terminas (t.y. ir išskai ir išorinei reklamai, kurioje pateikiamas tik prekių ženklas, taikomas 5 metų leidimo galiojimo terminas).</p>	Dokumentų leidimui gauti parengimas ir pateikimas	Reklaminės veiklos subjektai	LR teisės aktai	8	0	3,69	1,25	0	0,2	93695*	18739	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 8 \times 18739 = 691469$
													$AN_{ta}^G = 5376 + 3731 + 2362 + 4613 + 691469 = 707551$
2. Teisės akto projekto galima sukelti administracinė našta													

2.1	<p>Informacinis įsipareigojimas A</p> <p>Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 4 punktas, įpareigojantis gauti susirinkime dalyvavusių ar raštu balsavusių butų ir kitų patalpų savininkų daugumos sutikimą, kai ant bendrojo naudojimo objekte esančių reklamos davėjo nuosavybės teise ar kitais teisėtais pagrindais valdomų negyvenamosios paskirties patalpų išorinės sienos įrengiama iškaba, kuriai nenaudojamas apšvietimas.</p>	Butų ir kitų patalpų savininkų sutikimo gavimas	Reklaminės veiklos subjektai	LR teisės aktai	1,5	0	3,69	1,25	0	0,1	3700*	370	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 1,5 \times 370 = 2560$
2.2	<p>Informacinis įsipareigojimas B</p> <p>Įstatymo projekto 2 straipsniu keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 8 dalis, nustatanti iškabai ir išorinei reklamai, kurioje pateikiamas tik prekių ženklas, 10 metų leidimo galiojimo terminą.</p>	Dokumentų leidimui gauti parengimas ir pateikimas	Reklaminės veiklos subjektai	LR teisės aktai	8	0	3,69	1,25	0	0,1	93695*	9369,5	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 8 \times 9369,5 = 345735$

2.3	<p>Informacinis įpareigojimas C</p> <p>Įstatymo projekto 11 straipsnio 3 dalis: „3. Leidimai įrengti išorinę reklamą, išduoti iki šio įstatymo įsigaliojimo, kuriuose galiojimo terminas nėra nustatytas, galioja ne ilgiau kaip 10 metų po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta iškaba ar išorinė reklama, kurioje pateiktas tik prekių ženklas, ir ne ilgiau kaip 5 metus po šio įstatymo įsigaliojimo, kai įrengta kita išorinė reklama“.</p>	Dokumentų leidimui gauti parengimas ir pateikimas	Reklaminės veiklos subjektai	LR teisės aktai	16	0	3,69	1,25	0	0,2	45*	9	$AN_{vv} = 3,69 \times 1,25 \times 16 \times 9 = 664$
													$AN_{ta}^N = 2560 + 664 + 345735 = 348959$
Teisės akto projekto sukeliamas numatomas administracinės naštos pokytis (Lietuvos Respublikos piniginiiais vienetais)													
$AN^P = AN_{ta}^N - AN_{ta}^G$ Pastaba. Neigiamas skirtumas rašomas skliaustuose.													$AN^P = 348959 - 707551 = (-358592)$

*Objektų, ant kurių įrengiama reklama, skaičius.

Ataskaitą užpildė
Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos
Pramonės ir prekybos departamento Vidaus prekybos politikos skyriaus
vyriausioji specialistė



Vitalija Stanionienė

Išrašas

LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖ
PASITARIMO
PROTOKOLAS

2016 m. rugpjūčio 25 d. Nr. 49

-
3. Dėl Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 ir 26 straipsnių pakeitimo ir įstatymo papildymo 21¹ straipsniu įstatymo projekto (TAP-16-779(3) (16-1438(5))
-

Šį klausimą svarstyti Vyriausybės posėdyje, suderinus nutarimu teikiamo įstatymo nuostatas su Teisingumo ministerija.

Ministras Pirmininkas



Algirdas Butkevičius



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 LT267044060000269484 AB SEB bankas, banko kodas 70440.
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188604955

Lietuvos Respublikos ūkio ministerijai

2016-09-22 Nr. (1.6.) 27-1118

I 2016-09-16 Nr. (28.2-83)-3-4156

Kopija

Lietuvos Respublikos Vyriausybei

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹ STRAIPSNIU ĮSTATYMO PROJEKTO

Lietuvos Respublikos teisingumo ministerija, pagal kompetenciją įvertinusi Lietuvos Respublikos Vyriausybei pateiktą Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 ir 26 straipsnių pakeitimo ir įstatymo papildymo 21¹ straipsniu įstatymo projektą, informuoja, kad pastabų ir pasiūlymų dėl numatomo teisinio reguliavimo tikslo, teisinio reguliavimo priemonių, galimų pasekmių ir teisinės technikos neturi.

Teisingumo viceministras

Julius Pagojus

**LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS KANCELIARIJA
TEISĖS DEPARTAMENTAS**

IŠVADA

**DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12,
14, 15, 19, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹**

STRAIPSNIŲ ĮSTATYMO PROJEKTO (Toliau – RĮ projektas),

**LIETUVOS RESPUBLIKOS VISUOMENĖS INFORMAVIMO ĮSTATYMO NR. I-
1418 2, 39 IR 48 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO ĮSTATYMO PROJEKTO (Toliau – VII
projektas),**

**LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO „DĖL LIETUVOS
RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 24, 25 IR 26
STRAIPSNIŲ PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹ STRAIPSNIŲ
ĮSTATYMO PROJEKTO IR LIETUVOS RESPUBLIKOS VISUOMENĖS
INFORMAVIMO ĮSTATYMO NR. I-1418 2, 39 IR 48 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO
ĮSTATYMO PROJEKTO PATEIKIMO LIETUVOS RESPUBLIKOS SEIMUI“**

**PROJEKTO (Toliau – Nutarimo projektas)
(TAIS NR. 16-1438(3); NR. 16-1439(3); NR. 16-1440(3))
(TAP-16-779; TAP-16-780; TAP-16-781)**

2016-05-16 Nr.NV-1522

Vilnius

Ivertinę Nutarimo projekto ir įstatymų projektų atitiktį Konstitucijai, galiojantiems įstatymams, Vyriausybės nutarimams ir teisės technikos reikalavimams, teikiame šias pastabas ir siūlymus:

1. Dėl RĮ projekto:

1.1. Esminės pastabos:

1.1.1. Atsižvelgiant į Civilinio kodekso 4.85 straipsnio 1 dalį, siūlytina tikslinti RĮ projekto 2 straipsnį (keičiamo įstatymo 12 str. 1 d. 4 p.), nes sprendimai dėl bendrojo naudojimo objektų negali būti priimami neturint bendraturčių sutikimo, t. y. CK nuostatos suteikia teisę kituose įstatymuose nustatyti kitokią sprendimų priėmimo tvarką, bet neatleidžia nuo paties sprendimo priėmimo. Siūlytina atkreipti dėmesį į tai, kad analogiška pastaba buvo pateikta ir Teisingumo ministerijos 2016 m. balandžio 19 d. rašte Nr.(1.6)2T-449.

1.1.2. Pažymėtina, kad iš RĮ projekto 2 straipsnio (keičiamo įstatymo 12 str. 2 d. 4 p.) nuostatų ir šio įstatymo projekto aiškinamojo rašto, neaišku, kokių įstatymu ir kokio subjekto patvirtinta forma išskabai įrengti nebus reikalingas leidimas (pvz. siūlytina nurodyti, kad leidimas įrengti išorinę reklamą nebus reikalingas, kai iškaba turės būti įrengiama pagal Antstolių įstatymu, Notarų įstatymu ar kt. įstatymu įgalios institucijos (nurodytais atvejais - teisingumo ministerijos ministro įsakymu) patvirtintą formą).

1.1.3. Abejotinas RĮ projekto 2 straipsniu keičiamo įstatymo 12 straipsnio 7 dalies nuostatų reglamentavimas, nes savivaldybės vykdomoji institucija yra savivaldybės administracija ir ji turi visiškai savarankišką nepriklausomą teisę nuspręsti, kada ir kokiems subjektams suteikti atitinkamus įgaliojimus ar sudaryti komisijas. Reklamos įstatyme nustačius imperatyvų teisinį reguliavimą, kad visais atvejais savivaldybės, kurių gyventojų skaičius yra didesnis kaip 100 tūkstančių gyventojų, turės įgalioti savivaldybės administracijos valstybės tarnautoją priimti sprendimus dėl leidimų išdavimo, išduoti, įspėti apie leidimų panaikinimą, panaikinti leidimus bei sudaryti patariamąją komisiją paraiškai ir susijusiems dokumentams vertinti ir išduoti - bus apribota savivaldybės administracijos teisė savarankiškai nuspręsti dėl įgaliojimų suteikimo atitinkamiems asmenims, ar tam tikrų komisijų sudarymo. Be to, vertinant keičiamo Reklamos įstatymo 12 straipsnio 7 dalies nuostatas ir atsižvelgiant į aiškinamajame rašte nurodytą siekį operatyviau spręsti su leidimų išdavimu susijusius klausimus, abejotina ar šis tikslas būtų pasiektas savivaldybės instituciją pakeičiant vienu tarnautoju. Svarstyтина ir tai, ar racionalu ir tikslinga steigti patariamąją komisiją, kuri turės teisę tik svarstyti reklaminės veiklos subjekto prašymą, tačiau jai nebus suteikiama teisė priimti atitinkamus sprendimus. Be to, RĮ projekte nėra aiškiai pasakyta dėl komisijos siūlymo galios – jis yra privalomojo ar patariamojo pobūdžio. Taip pat nereglamentuotas sprendimo priėmimas, kai valstybės tarnautojas su komisijos

32

sprendimu nesutinka, ar tik iš dalies sutinka. Manytina, kad šiais aspektais gali kilti įstatymo taikymo praktikoje problemų. Svarstyтина ir tai, kokia bus valstybės tarnautojo ir komisijos atsakomybė, kai sprendimas išduoti leidimą ar jo neišduoti bus pripažintas netinkamu ar neteisėtu.

1.1.4. Neaišku, kaip bus vykdoma išorinės reklamos kontrolė (turinio, vaizdo, teksto dydžio, spalviniai deriniai, ar išorinė reklama bus saugi aplinkai, atitinkanti lietuvių kalbos vartojimo taisykles, kultūros paveldo objektų ir kraštovaizdžio apsaugą reglamentuojančius teisės aktų nuostatus ir pan.) RĮ projekto 2 straipsniu keičiamo įstatymo 12 straipsnio 2 dalyje pateiktais atvejais, kai išorinei reklamai nereikalingas leidimas. Siūlytina tai atskleisti ir paaiškinti aiškinamajame rašte.

1.1.5. RĮ projekto 1 straipsnyje (keičiamo įstatymo 2 str. 1¹ d.) nurodoma, kad ant iškabos ar iškaboje pateikiama informacija yra išorinė reklama. Pažymėtina, kad besąlyginis iškabos pripažinimas reklamos priemone, o iškabos turinio – išorinė reklama prieštarauja suformuotai teismų praktikai (LVAT adm. byla Nr.A756-2267/2011 - negali būti interpretuojama taip, kad bet kuri iškaba jau pati savaime yra išorinė reklama. Būtina nustatyti, kad ji atitinka bendruosius reklamos požymius ir skatina įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis. Todėl negalima atmesti galimybės, kad tam tikra iškaba yra siekiama išimtinai tik informuoti visuomenę apie tam tikrą įsikūrusią įmonę, o ne skatinti įsigyti prekes ar naudotis paslaugomis, t.y. reikia netapatinti iškabos su išorine reklama). Nepagrįstas reikalavimas bet kokią iškaboje nurodytą informaciją visais atvejais laikyti tik reklaminio pobūdžio. Todėl siūlytina nurodyti dviejų rūšių iškabas, t.y. iškabas, ant kurių pateikiama išorinė reklama ir iškabas, ant kurių pateikiama nereklaminio pobūdžio informacija. Iškabos, ant kurių pateikiama nereklaminio pobūdžio informacija turėtų būti įrengiamos be leidimo įrengti išorinę reklamą. Toks teisinis reguliavimas iš esmės atitiktų ir Reklamos įstatymo projekto 2 straipsnyje (keičiamo įstatymo 12 str. 2 d. 4 punkte) nurodytą teisinį reguliavimą, kai leidimas nereikalingas norint įrengti išorinę reklamą - pakabinti iškabą pagal įgaliotos institucijos patvirtintą formą.

1.1.6. Pažymėtina, kad iš RĮ projekto 3 straipsnio (keičiamo įstatymo 14 straipsnis papildomas nauja 8 dalimi numatant, kad „reikalavimai maisto reklamai netaikomi, kai reklamoje pateikiami tik nurodyto maisto gamintojų pavadinimai ir (ar) jų prekių ženklai“) nuostatų nėra aišku, kuo remiantis ir kodėl būtina papildyti galiojančias įstatymo nuostatas, numatant griežtesnių reikalavimų reklamai netaikymą nurodant tik gamintojų pavadinimus ir prekių ženklus. RĮ projekto aiškinamajame rašte nurodomas tik įstatymo nuostatų pakeitimo turinys, tačiau nepaaiškinama ir neargumentuojama, kodėl būtinas toks pakeitimas ir kas jį sąlygojo. Todėl būtina ypač argumentuotai pagrįsti, kodėl keičiamo įstatymo 14 straipsnis papildomas nauja 8 dalimi, numatant tam tikrą išimtį.

1.1.7. Pažymėtina, kad iš RĮ projekto 8 straipsnio (keičiamo įstatymo 25 straipsnio 15 dalies paskutiniojo sakinio) nuostatų neaišku, ar vienareikšmiškai tik nuo reklaminės veiklos subjektų prašymų priklausys pranešimo (skundo) nagrinėjimo tvarka rašytinio ar žodinio proceso tvarka. Neaišku ir tai, koks bus teisinis reglamentavimas ir nagrinėjimo tvarka, kai reklaminės veiklos subjektas nepateiks jokio prašymo (ne tik motyvuoto). Siūlytina įstatymų projektų aiškinamajame rašte atskleisti nurodyto pakeitimo esmę ir jo pridėtinę vertę.

1.2. Kitos pastabos dėl RĮ projekto:

1.2.1. Atsižvelgiant į RĮ projekto 1 straipsnyje pateiktą naujos sąvokos „iškaba“ apibrėžimą, bei siekiant teisinio aiškumo ir vieningo skirtingų subjektų tų pačių sąvokų supratimo, siūlytina RĮ pateikti sąvokų „pateikimo priemonės/reklamos pateikimo priemonės/specialios pateikimo priemonės/pritaikytos pateikimo priemonės“, „reklamos davėjo prekybos ar paslaugų teikimo vieta“, „prekių emblema“ apibrėžimus. Atkreiptinas dėmesys, kad visiškai neaiškus sąvokų „prie reklamos davėjo buveinės pastato“, „prie reklamos davėjo prekybos ir paslaugų teikimo vietos“ turinys. Teisėkūros pagrindų įstatymo 3 straipsnis numato, kad teisės aktuose nustatytas teisinis reguliavimas turi būti logiškas, nuoseklus, glaustas, suprantamas, tikslus, aiškus ir nedviprasmiškas. Todėl būtina tikslinti RĮ projekto 1 straipsnyje nurodytas nuostatas ir pateikti sąvokų apibrėžimus.

1.2.2. Atkreiptinas dėmesys, kad RĮ projekto 1 straipsnio 1 dalies (keičiamo įstatymo 2 straipsnio 1¹ dalis) antrojo sakinio nuostatos savo turinio prasme yra perteklinės pirmojo sakinio nuostatomis (be to, iškaba juk gali būti ir ant laiptų, kamino, lubų, grindų ir kt.). Jeigu nebūtų atsižvelgta į šią pastabą, tada atitinkamai RĮ projekto 1 straipsnio 1 dalyje vietoje „paslaugų teikimo pastato sienos, langų ar durų“ reikia įrašyti „paslaugų teikimo vietos pastato sienos, langų ar durų“.

1.2.3. Atkreiptinas dėmesys, kad RĮ projekto 1 straipsnio 1 dalies (keičiamo įstatymo 2 straipsnio 1¹ dalis) pirmajame sakinyje vietoje „speciali išorinės reklamos pateikimo priemonė“ siūlytina įrašyti „speciali ir *pritaikyta* išorinės reklamos pateikimo priemonė“.

1.2.4. Neaišku, kodėl be reklamos davėjo pavadinimo iškaboje taip pat dar gali būti iškaboje nurodomas ir reklamos davėjo vardas, pavardė. Su kuo sietinas toks teisinis reguliavimas ir koks būtų šių dviejų sąvokų atribojimas?

1.2.5. RĮ projekto 1 straipsnio 2 dalyje nurodoma, kad išorine reklama taip pat laikoma reklama, kurios pateikimo priemonės yra patalpose, tačiau ji skirta *stebėti* ir yra matoma tik iš lauko pusės. Pažymėtina, kad sąvoka „reklama skirta stebėti“ yra vertinamojo pobūdžio ir turėtų būti tikslinama.

1.2.6. Atkreiptinas dėmesys, kad RĮ projekto 1 straipsnio 3 dalies (keičiamo įstatymo 2 straipsnio 6 dalis) nuostatos, atsižvelgiant į reglamentą (ES) Nr.609/2013, turėtų įsigalioti nuo 2016 m. liepos 20 dienos, o ne nuo 2016 m. lapkričio 1 dienos (RĮ projekto 10 str. 1 d.). Be to, „pradinio maitinimo kūdikių mišinių“ sąvoka yra pateikta reglamento (ES) Nr.609/2013 2 straipsnio 2 dalies c) punkte. Svarstyтина, ar analogiškas reglamentavimas neturėtų būti numatytas ir „tolesnio maitinimo kūdikių mišinių“ (reglamento (ES) Nr.609/2013 2 straipsnio 2 dalies d) punktas) reklamai.

1.2.7. Atkreiptinas dėmesys, kad RĮ projekto 1 straipsnyje pateiktame sąvokos „iškaba“ apibrėžime nurodoma, kad ji yra speciali išorinės reklamos pateikimo priemonė pateikiama ant *reklamos davėjo buveinės pastato ar prekybos ar paslaugų teikimo vietos (jos pastato)*. Tačiau RĮ projekto 2 straipsnyje (keičiamo įstatymo 12 str. 1 d. 4 p.) nurodoma, kad išorinė reklama gali būti ant *reklaminės veiklos subjekto valdomų* negyvenamosios paskirties *patalpų* išorinės sienos (t. y. reklaminės veiklos subjektu gali būti ne tik reklamos davėjas, bet ir reklamos paslaugų teikėjas, be to buveinės pastatas ar prekybos bei paslaugų teikimo vieta nėra tapatu nuosavybės teise ar kitais pagrindais valdomoms negyvenamosios paskirties patalpoms). Todėl siūlytina atitinkamai suderinti tarpusavyje nurodytas RĮ projekto 1 ir 2 straipsnių nuostatas.

1.2.8. Siekiant teisinio konkretumo, RĮ projekto 6 straipsnyje (keičiamo įstatymo 21¹ straipsnyje) siūlytina detalizuoti sąvoką „kiti asmenys“. Atsižvelgiant į Konkurencijos tarybos 2016 m. vasario 23 d. rašto Nr.(5.3-36)6V-391 4 punktą, siūlytina nurodyti, kad kitais asmenimis galėtų būti laikomi, pavyzdžiui, ūkio subjektai, į kuriuos kreipiamasi siekiant nustatyti reklaminės veiklos subjektą, teikiančių priežiūros institucijai informaciją tyrimo metu. Nurodytosios sąvokos turinį siūlytina detalizuotai paaiškinti ir RĮ projekto aiškinamajame rašte.

1.2.9. Įstatymų projektų aiškinamojo rašto 5 punkte siūlytina nurodyti, kiek iš viso preliminarieji sumažėtų (nurodytina lėšų suma) savivaldybių biudžetų pajamos dėl numatomo naujo teisinio reguliavimo (atsisakant dalies vietinių rinkliavų už leidimų išdavimą). Tuo pačiu, siūlytina nurodyti, kokia preliminarinė suma bus kasmet surenkama už baudas, kurias paskiria savivaldybės vykdomoji institucija pagal Biudžeto sandaros įstatymo 28 straipsnio 3 dalies pataisas įsigaliojusias nuo 2015 m. sausio 1 d.

1.2.10. Siūlytina papildyti RĮ projekto 3 straipsnį (keičiamo įstatymo 12 straipsnio 15 dalies 4 punktą) nurodant, kad leidimo turėtojas privalo pranešti leidimą išdavusiai institucijai ir apie pasikeitusius kitus leidimo turėtojo duomenis, nurodytus Reklamos įstatymo 2 straipsnio 1¹ dalyje (pvz., pasikeitusį vardą ar pavardę).

1.2.11. Atkreiptinas dėmesys, kad iš RĮ projekto 3 straipsnio (keičiamo įstatymo 12 straipsnio 16 dalies) nuostatų neaišku, koks subjektas ir pagal kokį teisės aktą (patvirtintą tvarką) kontroliuos (kai keičiamo Reklamos įstatymo 2 dalies 3 punkte nustatyta išimtis neturėti leidimo išorinei reklamai), ar reklaminės veiklos subjektas pašalino reklamą, išardė specialią išorinės reklamos pateikimo priemonę ir sutvarkė aplinką.

1.2.12. RĮ projekto 2 straipsnyje (keičiamo įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 1 punkte) po žodžių „naudojančią kelio ženklą“ įrašyti žodį „simboliką“.

2. Dėl VII projekto:

2.1. Esminės pastabos:

2.1.1. VII projekto aiškinamajame rašte nurodoma, kad šiuo teisės aktu siekiama panaikinti Reklamos įstatymo nuostatų dubliavimą. Tačiau VII projektu tik fragmentiškai keičiamos galiojančio įstatymo nuostatos išbraukiant sąvokos „paslėpta reklama“ apibrėžimą, atsisakant nuorodų į „reklamos“ sąvoką ir atribojant priežiūros institucijų (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos, Konkurencijos tarnybos ir Lietuvos radijo ir televizijos komisijos) kompetenciją. Neaišku, kodėl nėra atsisakoma „reklama“ sąvokos apibrėžimo, nors ji dubliuojasi abejuose įstatymuose. Taip pat aiškinamajame rašte nėra paaiškinta, kodėl Visuomenės

informavimo įstatymo 39 straipsnyje išbrauktinos nuorodos į reklamą ir visi teisiniai santykiai bus susiję tik su televizijos reklama ir komerciniais audiovizualiniais pranešimais. Toks teisinis reguliavimas kelia abejonių, nes be televizijos reklamos, juk dar yra radijo reklama ir kitos visuomenės informavimo priemonės. Tampa nebeaišku, kas reglamentuos ir atsakys už kitų visuomenės informavimo priemonių reikalavimų reklamai priežiūrą.

Atsižvelgiant į pasakytą, siūlome sistemaiškai peržiūrėti Visuomenės informavimo įstatyme numatytą teisinį reguliavimą ir atsisakyti nuostatų, patenkančių į Reklamos įstatymo reguliavimo sritį (pvz., komercinių audiovizualinių pranešimų, apimančių televizijos reklamą ir pan.). To neatlikus, VII projekte dėstomi pakeitimai nesuteiks teisinio aiškumo dėl priežiūros institucijų kompetencijos atskyrimo.

Atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad vadovaujantis Reklamos įstatymo 1 straipsnio 3 dalimi – jeigu kiti įstatymai nustato papildomų ar kitų reklamos naudojimo reikalavimų arba nustato kitą reklamos naudojimo priežiūros tvarką ar reklaminės veiklos subjektų atsakomybę, taikomos tų įstatymų, o ne Reklamos įstatymo nuostatos. Todėl ypač aiškiai ir detalai reikia pagrįsti atliekamus Visuomenės informavimo įstatymo nuostatų, susijusių su reklamos naudojimo reikalavimais, pakeitimus ir priežastis, sąlygojusias juos.

2.1.2. VII projekto 2 straipsnio 7 dalyje (keičiamo Visuomenės informavimo įstatymo 39 straipsnio 13 dalyje) nurodoma priežiūros institucijų kompetencija dėl nustatytų reikalavimų televizijos reklamai ir komerciniams audiovizualiniams pranešimams priežiūros. Tačiau iš VII projekto 2 straipsnio 7 dalies nuostatų nėra aišku, kokie subjektai atliks ir užtikrins Visuomenės informavimo įstatymo 39 straipsnio 4, 7, 8, 9 ir 12 dalyse nustatytų reikalavimų priežiūrą (pasisakoma tik dėl Visuomenės informavimo įstatymo 39 straipsnio 1, 2, 3, 5, 6, 10 ir 11 dalyse nurodytų teisinių santykių reguliavimo). Kur (kokiam teisės akte, taikymo tvarkoje) ir kokia atsakomybė bus nustatyta už šių reklamos naudojimo pažeidimus?

2.2. Kitos pastabos dėl RI projekto:

2.2.1. Atsižvelgiant į tai, kad VII projekto 2 straipsnyje (keičiamo Visuomenės informavimo įstatymo 39 straipsnyje) išbraukiama sąvoka „reklama“ ir numatomi reguliuojami santykiai sietini tik su „televizijos reklama“, atitinkamai turėtų būti: 1) tikslinamas keičiamo Visuomenės informavimo įstatymo 39 straipsnio pavadinimas „Reklamai ir komerciniams audiovizualiniams pranešimams keliama reikalavimai“, bei 4 dalis (reklamos <...> užsakovai neturi teisės <...>); 2) tikslinamas keičiamo Visuomenės informavimo įstatymo 2 straipsnio 41 dalyje nurodytas sąvokos „paslėptas komercinis audiovizualinis pranešimas“ apibrėžimas vietoje „reklama“ įrašant „televizijos reklama“ (2 str. 27 d. taip pat numato, kad komercinis audiovizualinis pranešimas inter alia apima televizijos reklamą).

2.2.2. VII projekto 2 straipsnio 8 dalyje (keičiamo Visuomenės informavimo įstatymo 39 straipsnio papildymas 13¹ dalimi) nurodoma, kad priežiūros institucijos atlikdamos reklamos naudojimo reikalavimų priežiūrą *bendradarbiauja* su kitomis viešosios informacijos rengėjų ir skleidėjų veiklos reguliavimo institucijomis ir reklamos savitvarkos institucijomis. Pažymėtina, kad ši nuostata yra blanketinio pobūdžio ir nesukuria pridėtinės vertės.

2.2.3. Pažymėtina, kad VII projekto aiškinamajame rašte nėra nurodyta, kodėl VII projekto 2 straipsnio 9 dalyje atsisakoma dabar galiojančių Visuomenės informavimo įstatymo 39 straipsnio 17 dalies nuostatų. Siūlome neišbraukti šių nuostatų, nes Reklamos VI skirsnio „Atsakomybė už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus ir jos taikymo tvarka“ nuostatos numato, kad atsakomybė taikoma tik už Reklamos įstatyme nustatytų reikalavimų pažeidimus.

3. Pastabų ir pasiūlymų Nutarimo projektui neturime.

Teisės departamento direktoriaus pavaduotojas

Aleksandr Radčenko

Siūlau įtraukti į Vyriausybės posėdžio (pasitarimo) darbotvarkės projektą

2016-07-05 / 2016-08-28
2016-08-17

21
Dėl Reklamos įstatymo Nr.VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 24, 25 ir 26 straipsnių pakeitimo ir įstatymo papildymo 21-1 straipsniu įstatymo projekto (TAP-16-779(4)) (16-10023)

Pranešėjas: ūkio ministras E.Gustas

Dalyvauja: ŪM Vidaus prekybos politikos skyriaus vyr. specialistė V.Stanionienė

Klausimo kuratorius:

Posėdžių rengimo skyriaus
patarėja
N. Makštelienė

20160516

<p>Apsvarstyta ministerijų atstovų pasitarime</p> <p>2016-05-24 (data)</p>	<p>Ministerijų atstovų pasitarimo protokolo išrašas</p> <p>1. Pasiūlyti ŪM:</p> <p>1.1. įvertinti Vyriausybės kanceliarijos TD pastabas;</p> <p>1.2. surengti pasitarimą, dalyvaujant KM, SAM, TM, Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos ir kitų suinteresuotų institucijų atstovams, ginčytinoms nuostatomis suderinti.</p> <p>2. Patikslintus projektus svarstyti Vyriausybės posėdžio B dalyje, o likus ginčytinų nuostatų – Vyriausybės pasitarime.</p> <p>2016-05-24</p>
<p>Informacija apie projekto svarstymą Vyriausybės pasitarime ar/ir Vyriausybės posėdyje</p> <p>2016 07 11 2016-08-25</p>	<p>Papildoma informacija</p>

prie 13 kl. (LRL posėdis)



SUREDAGUOTA

LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖ

NUTARIMAS

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO NR. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 IR 26 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO IR ĮSTATYMO PAPILDYMO 21¹ STRAIPSNIU ĮSTATYMO PROJEKTO PATEIKIMO LIETUVOS RESPUBLIKOS SEIMUI

Nr.
Vilnius

Lietuvos Respublikos Vyriausybė n u t a r i a:

1. Pritarti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 2, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 25 ir 26 straipsnių pakeitimo ir įstatymo papildymo 21¹ straipsniu įstatymo projektui ir pateikti jį Lietuvos Respublikos Seimui.
2. Įgalioti ūkio ministrą Evaldą Gustą, o jam negalint dalyvauti – ūkio viceministrą Marių Skarupską atstovauti Lietuvos Respublikos Vyriausybei, svarstant nurodytą įstatymo projektą Lietuvos Respublikos Seime.

Ministras Pirmininkas

Algirdas Butkevičius

Ūkio ministras

Evaldas Gustas