Izdevējs: Saeima
Veids: likums
Pieņemts: 20.12.1999.
Stājas spēkā: 24.01.2000.

Publicēts:
Latvijas Vēstnesis, 7, 10.01.2000.; Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs, 3, 10.02.2000.

Attēlotā redakcija: 13.12.2016. - ...

Grozījumi:

22.04.2004. likums / LV, 66, 28.04.2004. / Stājas spēkā 01.05.2004.
27.09.2007. likums / LV, 160, 04.10.2007. / Stājas spēkā 05.10.2007.
13.12.2007. likums / LV, 207, 28.12.2007.; Ziņotājs, 3, 14.02.2008. / Stājas spēkā 01.01.2008.
14.11.2008. likums / LV, 186, 28.11.2008. / Stājas spēkā 01.01.2009.
17.03.2011. likums / LV, 50, 30.03.2011. / Stājas spēkā 13.04.2011.
18.10.2012. likums / LV, 169, 25.10.2012. / Stājas spēkā 26.10.2012.
13.02.2014. likums / LV, 47, 06.03.2014. / Stājas spēkā 20.03.2014.
11.09.2014. likums / LV, 189, 24.09.2014. / Stājas spēkā 08.10.2014.
16.06.2016. likums / LV, 123, 29.06.2016. / Stājas spēkā 15.07.2016.
17.11.2016. likums / LV, 232, 29.11.2016. / Stājas spēkā 13.12.2016.

Saeima ir pieņēmusi un Valsts prezidents izsludina šādu likumu:

Reklāmas likums

I nodaļa
Vispārīgie noteikumi

1.pants

Reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 22.04.2004. likumu, kas stājas spēkā 01.05.2004.)

2.pants

Šā likuma mērķis ir:

1) reglamentēt reklāmas izgatavošanu un izplatīšanu, kā arī noteikt reklāmas izgatavošanā un izplatīšanā iesaistīto personu tiesības, pienākumus un atbildību;

2) aizsargāt personu, kā arī kopumā visas sabiedrības intereses reklāmas jomā;

2^1) aizsargāt personas, kas nodarbojas ar saimniecisko vai profesionālo darbību, no maldinošas reklāmas un normatīvajiem aktiem neatbilstošas salīdzinošās reklāmas un to radītajām sekām, kā arī noteikt nosacījumus, kurus ievērojot salīdzinošā reklāma ir atļauta;

3) veicināt godīgu konkurenci.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

2.^{1} pants

(1) Šo likumu piemēro, ja uz attiecīgo gadījumu nav attiecināms Negodīgas komercprakses aizlieguma likums.

(2) Šā likuma 8. un 9.pantu piemēro, ja reklāma adresēta tikai personām, kas nodarbojas ar saimniecisko vai profesionālo darbību.

(13.02.2014. likuma redakcijā, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

II nodaļa
Reklāmai izvirzāmās vispārīgās prasības

3.pants

(1) Reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi. Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem.

(2) Reklāmā atļauts iekļaut tikai tādus paziņojumus vai vizuālos attēlus, kas nepārkāpj ētikas, humānisma, morāles, tikumības un pieklājības normas.

4.pants

(1) Reklāmā nav pieļaujama vardarbības un kara propaganda.

(2) Reklāmā aizliegts:

1) paust diskrimināciju pret cilvēku viņa rases, ādas krāsas, dzimuma, vecuma, reliģiskās, politiskās vai citas pārliecības, nacionālās vai sociālās izcelšanās, mantiskā stāvokļa vai citu apstākļu dēļ;

2) izmantot baiļu vai māņticības radīto ietekmi;

3) izmantot personas uzticēšanos un viņa pieredzes vai zināšanu trūkumu;

4) attēlot, izmantot vai citādi pieminēt fizisko personu (kā privātpersonu vai kā amatpersonu) vai tās īpašumu bez šīs personas piekrišanas;

5) nomelnot, noniecināt vai izsmiet citu personu, tās darbību, nosaukumu (firmu), preces vai pakalpojumus, preču zīmes;

6) izmantot citas personas vārdu, uzvārdu, nosaukumu (firmu) vai citādu identificējošu apzīmējumu (arī preču

zīmi) bez personas piekrišanas;

7) atdarināt cita reklāmas devēja reklāmas tekstu, lozungu, vizuālo tēlu, skaņu un citus speciālos efektus bez tā piekrišanas vai arī veikt citāda veida darbības, kas var izraisīt neskaidrības vai maldināt par reklāmas devēju, reklamējamām precēm vai pakalpojumiem.

(3) Šā panta otrās daļas 6. un 7.punkta noteikumi neattiecas uz salīdzinošo reklāmu, ja tiek ievēroti šā likuma 9.panta noteikumi.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.12.2007. likumu, kas stājas spēkā 01.01.2008.)

5.pants

(1) Bērniem paredzētā reklāma vai reklāma, kura veidota ar bērnu piedalīšanos, nedrīkst apdraudēt bērnu tiesības un intereses, un tās veidošanā jāņem vērā bērnu uztvere un psihe.

(2) Reklāmā aizliegts izmantot bērnu dabisko paļāvību vai pieredzes trūkumu.

(3) Aizliegts izmantot bērnus alkoholisko dzērienu, enerģijas dzērienu un tabakas izstrādājumu vai citu smēķēšanai paredzētu izstrādājumu vai ierīču, vai to uzpildes tvertņu reklāmā, kā arī adresēt alkoholisko dzērienu, enerģijas dzērienu un tabakas izstrādājumu vai citu smēķēšanai paredzētu izstrādājumu vai ierīču, vai to uzpildes tvertņu reklāmu bērniem.

(4) Bērniem paredzētajā reklāmā aizliegts:

1) ietvert apgalvojumus, vizuālu vai skaņas informāciju, kura varētu nodarīt viņiem morālu vai fizisku kaitējumu vai radīt mazvērtības sajūtu;

2) ietvert mudinājumu vai mudināt uz agresivitāti, vardarbību vai seksuālām darbībām, diskreditēt vecāku, ģimenes, aizbildņu un pedagogu autoritāti;

3) vērst uzmanību uz to, ka konkrētu preču vai pakalpojumu iegāde rada fizisku, sociālu vai psiholoģisku pārākumu pār vienaudžiem vai ka attiecīgās preces trūkums izraisa pretēju rezultātu;

4) nepārprotami norādīt, ka reklamējamās preces vai pakalpojuma iegāde ir iespējama jebkurai ģimenei, neņemot vērā tās budžetu;

5) *(izslēgts ar 13.02.2014. likumu)*;

6) attēlot bērnus bīstamās situācijās.

(5) Bērniem paredzētajā reklāmā ievērojami ne tikai šajā likumā, bet arī Negodīgas komercprakses aizlieguma likumā un citos normatīvajos aktos noteiktie aizliegumi un ierobežojumi.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.02.2014., 11.09.2014. un 17.11.2016. likumu, kas stājas spēkā 13.12.2016.)

6.pants

(Izslēgts ar 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

7.pants

(1) Papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos.

(2) Papildu prasības attiecībā uz atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas saturu, noformējumu vai izplatīšanas kārtību (arī reklāmas izplatīšanas kārtību atsevišķos masu informācijas līdzekļos) nosaka Ministru kabinets.

(2^1) Reklāmas izvietošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu, saņemama attiecīgās pašvaldības vai tās noteiktas pašvaldības institūcijas atļauja.

(2^2) Ministru kabinets nosaka kārtību, kādā saņemama atļauja reklāmas izvietošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu.

(3) Pašvaldībai, ievērojot šā likuma un citu normatīvo aktu noteikumus reklāmas jomā, ir tiesības izdot saistošos noteikumus par reklāmas izvietošanu publiskās vietās un vietās, kas vērstas pret publisku vietu, paredzot ierobežojumus reklāmas izmēram, veidam, gaismas un skaņas efektiem atbilstoši videi, ēku un būvju arhitektūrai, kā arī nosakot vietas, kurās aizliegta atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas izplatīšana.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 22.04.2004. un 17.03.2011. likumu, kas stājas spēkā 13.04.2011. $2.^1$ un $2.^2$ daļa, kā arī trešās daļas jaunā redakcija stājas spēkā 01.01.2012. Sk. pārejas noteikumu)

III nodaļa
Maldinoša un salīdzinoša reklāma

8.pants

(1) Maldinoša reklāma ir aizliegta.

(2) Maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam.

(3) Nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes — atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par:

1) preču vai pakalpojumu pieejamību, īpašībām, darbību, saturu, ražošanas vai piegādes metodi un datumu, nolūku, lietošanu, daudzumu, ietekmi uz vidi vai cilvēka veselību, preču ģeogrāfisko vai komerciālo izcelsmi vai rezultātiem, kas sagaidāmi no to lietošanas, vai par preču vai pakalpojumu testēšanas vai pārbaudes rezultātiem vai materiālām pazīmēm;

2) cenu vai cenas aprēķināšanas veidu un nosacījumiem, ar kādiem tiek piegādātas preces vai sniegti pakalpojumi;

3) reklāmas devēju, arī tā identitāti un labajām īpašībām, kvalifikāciju, īpašumtiesībām vai apbalvojumiem.

9.pants

(1) Salīdzinoša reklāma ir jebkura reklāma, kurā izmantots salīdzinājums, kas tieši vai netieši norāda uz konkurentu vai konkurenta piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem.

(2) Salīdzinājumu veido atbilstoši godīgas konkurences principiem, izmantojot faktus, kurus var pierādīt.

(3) Salīdzinošā reklāma, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja ievēroti visi turpmāk minētie nosacījumi:

1) tā nav maldinoša saskaņā ar šā likuma 8.pantu vai citiem normatīvajiem aktiem;

2) tā salīdzina preces vai pakalpojumus, kas paredzēti vienām un tām pašām vajadzībām vai vieniem un tiem pašiem mērķiem;

3) tā objektīvi salīdzina vienu vai vairākas attiecīgo preču vai pakalpojumu materiālās, saistītās, pārbaudāmās un raksturīgās pazīmes, kas var ietvert arī cenu;

4) tā nerada tirgus dalībniekiem neskaidrības attiecībā uz reklāmas devēju un konkurentu vai attiecībā uz reklāmas devēja un konkurenta preču zīmēm, nosaukumu (firmu) vai citām atšķirības zīmēm, precēm vai pakalpojumiem;

5) tā neceļ neslavu konkurenta preču zīmēm, tirdzniecības nosaukumiem, citām atšķirības zīmēm, precēm, pakalpojumiem, darbībām vai apstākļiem un nenomelno tos;

6) tā negodīgi neizmanto konkurenta nosaukumu (firmu), preču zīmi, tirdzniecības nosaukumu vai citu atšķirības zīmju vai konkurējošo preču izcelsmes norādes reputāciju;

7) tā neuzrāda preces vai pakalpojumus kā tādu preču vai pakalpojumu imitāciju vai kopiju, kuriem ir aizsargāta preču zīme vai tirdzniecības nosaukums;

8) reklamējot preces ar izcelsmes norādi, salīdzinošā reklāma attiecas uz precēm ar tādu pašu izcelsmes norādi.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.12.2007. likumu, kas stājas spēkā 01.01.2008.)

IV nodaļa
Reklāmas izgatavošanas un izplatīšanas noteikumi

10.pants

(1) Reklāmas devējs ir persona, kura nolūkā gūt komerciālu vai citādu labumu pati izgatavo un izplata reklāmu vai kuras uzdevumā un interesēs cita persona izgatavo vai izplata reklāmu.

(2) Reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu.

(3) Reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem.

(4) Reklāmas devēja tiesiskās attiecības ar reklāmas izgatavotāju vai izplatītāju nosaka šis likums, citi normatīvie akti un noslēgtie līgumi.

11.pants

(1) Reklāmas izgatavotājs ir persona, kas pēc reklāmas devēja pasūtījuma izgatavo, pārveido vai adaptē reklāmu.

(2) Reklāmas izgatavotājs, izgatavojot reklāmu, ir tiesīgs paust savas radošās ieceres jebkurā formā, ja reklāma atbilst šā likuma un citu normatīvo aktu noteikumiem, kā arī līgumam, kas noslēgts starp reklāmas izgatavotāju un reklāmas devēju.

(3) Šā panta otrās daļas noteikumus ievēro arī gadījumos, kad reklāmas izgatavotājs pārveido, tulko vai citādi adaptē reklāmu izplatīšanai Latvijā, kā arī gadījumos, kad reklāmu izgatavo, pārveido vai adaptē pats reklāmas devējs.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.12.2007. likumu, kas stājas spēkā 01.01.2008.)

12.pants

(1) Reklāmas izplatītājs ir persona, kura pati izplata reklāmu vai dod iespēju reklāmu izplatīt reklāmas devējam.

(2) *(Izslēgta ar 13.12.2007. likumu.)*

(3) Reklāmas izplatītājam ir pienākums nodalīt reklāmu no cita veida informācijas.

(4) Reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras neatbilstību normatīvo aktu prasībām viņš zina vai viņam vajadzēja zināt.

(5) Reklāmas izplatītājam ir aizliegts pieņemt no reklāmas devēja vai tā pilnvarotas personas izplatīšanai reklāmu, nepieprasot šādu informāciju:

1) no juridiskās personas — nosaukumu (firmu), reģistrācijas numuru un juridisko adresi;

2) no fiziskās personas — vārdu, uzvārdu un personas kodu.

(6) Reklāmas izplatītāja pienākums ir sniegt informāciju par reklāmas devēju tām iestādēm, kurām saskaņā ar šo likumu vai citiem normatīvajiem aktiem ir tiesības šādu informāciju pieprasīt. Ja reklāmas izplatītājs nesniedz pieprasīto informāciju par reklāmas devēju, reklāmas izplatītājs ir atbildīgs par attiecīgās reklāmas saturu.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 22.04.2004., 13.12.2007. un 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

V nodaļa
Valsts politika un uzraudzība reklāmas jomā

13.pants

(1) Šā likuma ievērošanu savas kompetences ietvaros uzrauga Patērētāju tiesību aizsardzības centrs, Konkurences padome, Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, zāļu reklāmas jomā — Veselības inspekcija, veterinārmedicīnisko un veterinārfarmaceitisko pakalpojumu sniedzējiem paredzētās veterināro zāļu reklāmas jomā — Pārtikas un veterinārais dienests (turpmāk — Uzraudzības iestāde).

(2) Uzraudzības iestāde, ja nepieciešams, ir tiesīga pieprasīt, lai valsts pārvaldes iestādes, kas ir atbildīgas par valsts kontroli un uzraudzību attiecībā uz noteiktām precēm vai pakalpojumiem, pārbauda konkrētas preces vai pakalpojuma atbilstību reklāmā minētajai informācijai.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 22.04.2004., 27.09.2007., 13.12.2007., 17.03.2011. un 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

14.pants

(1) Uzraudzības iestāde veic reklāmas uzraudzību atbilstoši iestādes noteiktajām uzraudzības prioritātēm, kā arī izvērtējot iespējamā pārkāpuma ietekmi:

1) pēc savas iniciatīvas, tai skaitā pamatojoties uz personas iesniegumu;

2) pamatojoties uz tādas iestādes sniegtu informāciju, kuras kompetencē ir attiecīgās jomas uzraudzība un kontrole;

3) pamatojoties uz iesniegumu, ko iesniegusi Eiropas Savienības dalībvalsts iestāde, kura ir iekļauta Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī publicētajā tādu dalībvalstu iestāžu sarakstā, kuras ir tiesīgas pieņemt nolēmumu sakarā ar kompetentās iestādes iesniegumu par Eiropas Savienībā izdarīto patērētāju tiesību pārkāpumu.

(2) *(Izslēgta ar 13.02.2014. likumu)*

(3) Ja Uzraudzības iestāde, izvērtējot reklāmu, konstatē, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, tā ir tiesīga veikt šā likuma 15.panta trešajā daļā minētās darbības vai pieņemt vismaz vienu no šā likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem.

(4) *(Izslēgta ar 13.12.2007. likumu)*

(5) Uzraudzības iestāde neuzsāk izvērtēt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām vai izvērtēšanu pārtrauc, ja ir pieņemts lēmums par lietas izpētes izbeigšanu vai par konstatēto pārkāpumu jau ir pieņemts viens no šādiem lēmumiem:

1) kāds no šā likuma 15.panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem;

2) kāds no Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 15.panta astotajā daļā minētajiem lēmumiem.

(6) Uzraudzības iestāde izvērtē attiecīgās reklāmas atbilstību Negodīgas komercprakses aizlieguma likumam un, ja nepieciešams, nosūta attiecīgās lietas materiālus tai iestādei, kura uzrauga Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma noteikumu ievērošanu.

(22.04.2004. likuma redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.12.2007., 18.10.2012. un 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

14.[1] pants

(1) Konkurences padome uzrauga reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, ja pārkāpums reklāmas jomā rada vai var radīt būtisku kaitējumu konkurencei.

(2) Iesniegumā, kas adresēts Konkurences padomei, norāda dokumentāri pamatotu informāciju par faktiem, kas liecina, ka ar pārkāpumu ir nodarīts vai var tikt nodarīts būtisks kaitējums konkurencei.

(3) Nosakot, vai pārkāpums nodara vai var nodarīt būtisku kaitējumu konkurencei, Konkurences padomei ir Konkurences likuma 7.panta trešajā daļā un 23.panta ceturtās daļas 2.punktā paredzētās tiesības.

(4) Ja pārkāpums reklāmas jomā nodara vai var nodarīt būtisku kaitējumu konkurencei, Konkurences padome izskata un pieņem kādu no šā likuma 15.panta trešajā un ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem.

(5) Ja Konkurences padome konstatē, ka ar pārkāpumu nav nodarīts vai nevar tikt nodarīts būtisks kaitējums konkurencei, tā pieņem lēmumu par lietas neierosināšanu vai lēmumu par lietas izpētes izbeigšanu.

(14.11.2008. likuma redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

15.pants

(1) Uzraudzības iestāde, izvērtējot reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, ir tiesīga pieprasīt un saņemt no reklāmas devēja, reklāmas izgatavotāja, reklāmas izplatītāja un citām fiziskajām un juridiskajām personām visu lietas būtības noskaidrošanai nepieciešamo informāciju, dokumentus un citus pierādījumus, kā arī mutvārdu paskaidrojumus par reklāmā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) patiesumu, precizitāti vai atbilstību normatīvo aktu prasībām, kā arī noteikt informācijas, dokumentu un pierādījumu iesniegšanas termiņu un informācijas sniegšanas veidu.

(1^1) Uzraudzības iestāde informē šā panta pirmajā daļā minēto reklāmas devēju, reklāmas izgatavotāju vai reklāmas izplatītāju par attiecīgās lietas izskatīšanas rezultātu.

(2) Ja saskaņā ar šā panta pirmo daļu pieprasītie pierādījumi noteiktā termiņā netiek iesniegti vai tiek iesniegti nepilnīgi, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt reklāmā sniegto paziņojumu (apgalvojumu) par neprecīzu vai nepatiesu.

(3) Uzraudzības iestāde, izvērtējot konstatētā pārkāpuma raksturu un iespējamo ietekmi, kā arī citus būtiskus apstākļus, ir tiesīga:

1) ierosināt, lai reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs Uzraudzības iestādes noteiktajā termiņā nodrošina reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām;

2) ierosināt, lai reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs rakstveidā apņemas Uzraudzības iestādes noteiktajā termiņā novērst konstatēto pārkāpumu. Rakstveida apņemšanās var ietvert arī apņemšanos segt patērētājiem radītos zaudējumus, sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, vai publicēt reklāmas atsaukumu un ievērot šādu darbību izpildei noteiktos termiņus;

3) pieņemt lēmumu par lietas izbeigšanu, izsakot aicinājumu reklāmas devējam vai reklāmas izplatītājam turpmāk savā darbībā nodrošināt reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām.

(3^1) Reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs nekavējoties, bet ne vēlāk kā triju darbdienu laikā pēc attiecīgās darbības izpildes vai šā panta trešās daļas 1.punktā minētajā ierosinājumā noteiktā termiņa beigām informē Uzraudzības iestādi par izpildi, pievienojot izpildi apliecinošus pierādījumus. Ja saskaņā ar šā panta trešās daļas 1.punktu noteiktajā termiņā reklāmas atbilstība normatīvo aktu prasībām netiek nodrošināta, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus no šā panta ceturtajā daļā minētajiem lēmumiem.

(3^2) Šā panta trešās daļas 2.punktā minētā rakstveida apņemšanās ir dokuments, ko pēc Uzraudzības iestādes izteiktā ierosinājuma paraksta reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs, apņemoties noteiktā termiņā novērst konstatēto pārkāpumu. Rakstveida apņemšanās var ietvert reklāmas devēja vai reklāmas izplatītāja apņemšanos:

1) neveikt noteiktas darbības;

2) veikt noteiktas darbības, tai skaitā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām, publicēt attiecīgajai reklāmai atbilstošā plašsaziņas līdzeklī paziņojumu, kurā atsauc reklāmu;

3) atlīdzināt patērētājiem nodarītos zaudējumus.

(3^3) Parakstot rakstveida apņemšanos, kurā norādīts pārkāpums, kā arī tā novēršanas veids un termiņš, reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs atzīst, ka ir izdarījis konstatēto pārkāpumu. Rakstveida apņemšanās uzskatāma par saņemtu (stājas spēkā) ar brīdi, kad Uzraudzības iestāde apstiprina tās pieņemšanu, reklāmas devējam vai reklāmas izplatītājam rakstveidā apliecinot, ka attiecīgie pasākumi ir pietiekami pārkāpuma un tā radītās ietekmes novēršanai. Iestāde apliecinājumu par rakstveida apņemšanās pieņemšanu paziņo Paziņošanas likumā noteiktajā kārtībā. Pārkāpuma novēršanas termiņš nedrīkst pārsniegt laiku, kas nepieciešams, lai reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs varētu izpildīt paredzētos pasākumus un nodrošinātu patērētāju interešu ievērošanu, un nedrīkst būt ilgāks par trim mēnešiem, izņemot gadījumus, kad ilgāku termiņu pamato paredzēto pasākumu raksturs.

(3[4]) Ja reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs saskaņā ar šā panta trešās daļas 2.punktu apņemas novērst konstatēto pārkāpumu un rakstveida apņemšanās stājas spēkā, Uzraudzības iestāde nepieņem šā panta ceturtajā daļā minēto lēmumu un izbeidz administratīvo lietvedību daļā par pārkāpumu, kuru reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs apņemas novērst.

(3[5]) Reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs nekavējoties, bet ne vēlāk kā triju darbdienu laikā pēc šā panta 3.[3] daļā noteiktā termiņa beigām informē Uzraudzības iestādi par rakstveida apņemšanās izpildi, pievienojot izpildi apliecinošus pierādījumus. Ja Uzraudzības iestāde konstatē, ka rakstveida apņemšanās netiek pildīta, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus šā panta ceturtajā daļā minētos lēmumus.

(4) Ja reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām, Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem:

1) uzdod reklāmas devējam sniegt reklāmā, preču marķējumā vai citādā veidā papildu informāciju, kas ir būtiska no personu aizsardzības vai saimnieciskās darbības veicēju, vai profesionālās darbības veicēju likumīgo tiesību viedokļa;

2) pieprasa izslēgt no reklāmas atsevišķus elementus (informāciju, vizuālos attēlus, skaņu vai citus speciālos efektus);

3) aizliedz izplatīt reklāmu;

4) pieprasa atsaukt reklāmu;

5) uzliek soda naudu šā likuma 20.pantā noteiktajā kārtībā;

6) uzdod reklāmas devējam vai reklāmas izplatītājam izbeigt pārkāpumu un nosaka termiņu pārkāpuma izbeigšanai.

(4[1]) Uzraudzības iestāde ir tiesīga noteikt šā panta ceturtās daļas 1., 2., 3., 4. un 6.punktā minēto lēmumu izpildes termiņu. Lēmuma adresāts nekavējoties, bet ne vēlāk kā triju darbdienu laikā pēc attiecīgās darbības izpildes vai pārkāpuma novēršanas termiņa beigām informē Uzraudzības iestādi par lēmuma izpildi, pievienojot izpildi apliecinošus pierādījumus.

(5) Šā panta ceturtajā daļā minētos lēmumus Uzraudzības iestāde ir tiesīga pieņemt arī tad, ja tai nav pierādījumu par nodarītajiem zaudējumiem.

(6) Uzraudzības iestāde lēmumā norāda tā pieņemšanas pamatojumu.

(7) Pieņemot lēmumu, Uzraudzības iestāde ņem vērā reklāmas devēja un citu iesaistīto personu likumīgās intereses.

(8) Šā panta ceturtās daļas 3.punktā minēto lēmumu Uzraudzības iestāde var pieņemt arī tad, ja normatīvo aktu prasībām neatbilstoša reklāma vēl nav izplatīta, bet tās izplatīšana ir paredzama.

(9) Lai novērstu normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas izplatīšanu vai mazinātu tās sekas, Uzraudzības iestāde ir tiesīga šā panta trešās daļas 2.punktā minēto apņemšanos ievietot savā mājaslapā vai pieņemto lēmumu daļēji vai pilnībā ievietot savā mājaslapā un publicēt oficiālajā izdevumā "Latvijas Vēstnesis" (ar publicēšanu oficiālajā izdevumā "Latvijas Vēstnesis" saistītos izdevumus sedz attiecīgais reklāmas devējs vai reklāmas izplatītājs).

(10) Uzraudzības iestāde šā panta ceturtajā daļā minēto lēmumu pieņem sešu mēnešu laikā no lietas ierosināšanas dienas. Ja objektīvu iemeslu dēļ šo termiņu nav iespējams ievērot, Uzraudzības iestāde to var pagarināt uz laiku, ne ilgāku par diviem gadiem, skaitot no lietas ierosināšanas dienas.

(11) Uzraudzības iestāde lietas par pārkāpumiem reklāmas jomā izskata Administratīvā procesa likuma noteiktajā kārtībā, ciktāl šajā likumā nav noteikts citādi.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 22.04.2004., 13.12.2007. un 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014. Ceturtās daļas 5.punkta jaunā redakcija un vienpadsmitā daļa stājas spēkā 01.07.2015. Sk. pārejas noteikumu 2.punktu)

16.pants

(1) Reklāmas atsaukums izplatāms ar tā paša masu informācijas līdzekļa starpniecību, ar kuru izplatīta normatīvo aktu prasībām neatbilstoša reklāma. Ja šādas iespējas nav, reklāmas atsaukumu var izplatīt citā veidā.

(2) Uzraudzības iestāde šā likuma 15.panta ceturtās daļas 4.punktā minētajā lēmumā ir tiesīga noteikt reklāmas atsaukuma saturu, apjomu, kā arī veidu, kādā atsaukums izplatāms. Reklāmas atsaukuma izmaksas sedz lēmuma adresāts.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 22.04.2004., 13.12.2007. un 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

17.pants

(1) Uzraudzības iestādes lēmumu šā lēmuma adresāts var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību, izņemot šā likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punktā minēto lēmumu.

(2) Šā likuma 3.panta pirmās daļas, 4.panta otrās daļas 4., 5., 6. un 7.punkta, 8. un 9.panta pārkāpumus līdztekus Uzraudzības iestādei var konstatēt arī tiesa.

(3) Izskatot šā panta otrajā daļā minētos strīdus, tiesai ir šā likuma 15.panta pirmajā, otrajā daļā, ceturtās daļas 1., 2., 3., 4. un 6.punktā, piektajā un astotajā daļā paredzētās Uzraudzības iestādes tiesības.

(13.12.2007. likuma redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar 14.11.2008. un 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014. Pirmās daļas jaunā redakcija stājas spēkā 01.07.2015. Sk. pārejas noteikumu 2.punktu)

17.[1] pants

(1) Ja Uzraudzības iestādei ir pamats uzskatīt, ka reklāma neatbilst normatīvo aktu prasībām un var radīt tūlītēju un būtisku kaitējumu, tā ir tiesīga pieņemt šā likuma 15.panta ceturtās daļas 1., 2. vai 3.punktā minēto lēmumu kā pagaidu noregulējumu.

(2) Lēmums par pagaidu noregulējumu ir spēkā no tā paziņošanas brīža līdz brīdim, kad attiecīgais lēmums ar Uzraudzības iestādes lēmumu tiek atcelts vai grozīts vai stājas spēkā Uzraudzības iestādes galīgais lēmums.

(3) Uzraudzības iestādes lēmumu par pagaidu noregulējumu šā lēmuma adresāts var pārsūdzēt tiesā 10 dienu laikā no tā spēkā stāšanās dienas. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

(4) Pieteikumu par Uzraudzības iestādes lēmumu par pagaidu noregulējumu tiesa izskata rakstveida procesā 14 dienu laikā.

(5) Tiesas lēmums par šā panta ceturtajā daļā minēto lēmumu nav pārsūdzams un stājas spēkā tā pieņemšanas brīdī.

(13.12.2007. likuma redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

VI nodaļa
Atbildība par likuma pārkāpumiem

18.pants

Personas, kuras nav ievērojušas šā likuma prasības, saucamas pie atbildības saskaņā ar likumiem un citiem normatīvajiem aktiem.

18.[1] pants

Persona, kurai reklāma ir nodarījusi kaitējumu, ir tiesīga celt prasību tiesā likumā noteiktajā kārtībā.
(13.02.2014. likuma redakcijā, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

19.pants
(Izslēgts ar 22.04.2004. likumu, kas stājas spēkā 01.05.2004.)

20.pants

(1) Uzraudzības iestāde par normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanu vai izplatīšanu ir tiesīga uzlikt soda naudu līdz 14 000 *euro*.

(2) Uzraudzības iestāde par šā likuma 12.panta trešajā un piektajā daļā minēto prasību neievērošanu ir tiesīga uzlikt soda naudu līdz 1400 *euro*.

(3) Uzraudzības iestāde, pieņemot lēmumu par soda naudas uzlikšanu un tā apmēru, izvērtē, vai pastāv attiecīgi nosacījumi, kā arī ņem vērā šādus apstākļus:

1) pieļautā pārkāpuma raksturs un ilgums, pārkāpuma radītā ietekme, apstākļi, kādos izdarīts pārkāpums, pārkāpēja loma pārkāpumā un pārkāpuma apjoms;

2) lēmuma adresāts līdz lēmuma pieņemšanas dienai ir atlīdzinājis vai uzsācis atlīdzināt nodarītos zaudējumus;

3) pārkāpums pārtraukts pēc reklāmas devēja vai reklāmas izplatītāja iniciatīvas;

4) lēmuma adresāts pārkāpumu reklāmas jomā izdarījis atkārtoti divu gadu laikā (tas konstatēts ar Uzraudzības iestādes lēmumu vai rakstveida apņemšanos);

5) lēmuma adresāts nav izpildījis darbības, ko nosaka rakstveida apņemšanās;

6) lēmuma adresāts ir kavējis lietas izskatīšanu vai slēpj izdarīto pārkāpumu.

(4) Uzraudzības iestādes uzlikto soda naudu lēmuma adresāts samaksā ne vēlāk kā mēneša laikā no dienas, kad stājas spēkā attiecīgs lēmums. Labprātīgi neizpildīta lēmuma piespiedu izpildi veic tiesu izpildītājs. Uzraudzības iestāde ir atbrīvota no valsts nodevas samaksas par lēmuma iesniegšanu izpildei.

(5) Ja lēmumi, kas pieņemti saskaņā ar šā likuma 15.panta ceturtās daļas 1., 2., 3., 4. vai 6.punktu, netiek izpildīti labprātīgi, Uzraudzības iestāde lēmumu izpilda piespiedu kārtā saskaņā ar Administratīvā procesa likumu. Uzraudzības iestāde, veicot uz noteiktu darbību vai darbības aizliegumu vērsta lēmuma piespiedu izpildi, var uzlikt piespiedu naudu vienā reizē ne vairāk kā 2800 *euro* apmērā.

(6) Nosakot šā panta piektajā daļā noteiktās piespiedu naudas apmēru, ņem vērā šā likuma 15.panta ceturtās daļas 1., 2., 3., 4. un 6.punktā minēto lēmumu nepildīšanas ietekmi (zaudējumus) un ilgumu, kā arī citus apstākļus, kuriem ir nozīme lietā.

(7) Samaksātās naudas summas ieskaita valsts pamatbudžetā.

(13.02.2014. likuma redakcijā, kas stājas spēkā 20.03.2014. Pants stājas spēkā 01.07.2015. Sk. Pārejs noteikumu 2.punktu)

Pārejas noteikumi

(17.03.2011. likuma redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

1. Šā likuma 7.panta $2.^1$ un $2.^2$ daļa, kā arī trešās daļas jaunā redakcija stājas spēkā 2012.gada 1.janvārī.

(Ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

2. Šā likuma 15.panta ceturtās daļas 5.punkta un 17.panta pirmās daļas jaunā redakcija, kā arī 15.panta vienpadsmitā daļa un 20.pants (par Uzraudzības iestādes tiesībām uzlikt soda naudu normatīvo aktu prasībām neatbilstošas reklāmas sniegšanas vai izplatīšanas gadījumā un par attiecīgās pārkāpuma lietas izskatīšanu Administratīvā procesa likumā noteiktajā kārtībā) stājas spēkā vienlaikus ar attiecīgiem grozījumiem Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksā.

(13.02.2014. likuma redakcijā, kas stājas spēkā 20.03.2014. Minētie grozījumi iekļauti likuma redakcijā uz 01.07.2015.)

3. *(Izslēgts ar 16.06.2016. likumu, kas stājas spēkā 15.07.2016.)*

Informatīva atsauce uz Eiropas Savienības direktīvām

(18.10.2012. likuma redakcijā ar grozījumiem, kas izdarīti ar 13.02.2014. likumu, kas stājas spēkā 20.03.2014.)

Likumā iekļautas tiesību normas, kas izriet no:

1) Eiropas Parlamenta un Padomes 2005.gada 11.maija direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes regulu (EK) Nr. 2006/2004 ("Negodīgas komercprakses direktīva");

2) Eiropas Parlamenta un Padomes 2006.gada 12.decembra direktīvas 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu;

3) Eiropas Parlamenta un Padomes 2009.gada 23.aprīļa direktīvas 2009/22/EK par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību;

4) Eiropas Parlamenta un Padomes 2009.gada 23.aprīļa direktīvas 2009/22/EK par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību.

Likums Saeimā pieņemts 1999.gada 20.decembrī.

Valsts prezidente V.Vīķe-Freiberga

Rīgā 2000.gada 10.janvārī

© Oficiālais izdevējs "Latvijas Vēstnesis"