



Speciālās reklāmas prasības

Publicēts: 10.11.2020.

Papildu prasības reklāmas jomā var tikt noteiktas dažādos tiesību aktos.

Bērnu tiesību aizsardzības prasības

Reklāmas likums, Bērnu tiesību aizsardzības likums u.c.

Reklāmā aizliegts izmantot bērnu dabisko paļāvību vai pieredzes trūkumu.

Bērniem paredzētajā reklāmā vai reklāmā, kas veidota ar bērnu piedalīšanos, aizliegts apdraudēt bērnu tiesības un intereses.

Aizliegts izmantot bērnus alkoholisko dzērienu un tabakas izstrādājumu reklāmā un adresēt alkoholisko dzērienu un tabakas izstrādājumu reklāmu bērniem.

Bērniem paredzētajā reklāmā aizliegts:

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

ietvert mudinājumu vai mudināt uz agresivitāti un vardarbību, diskreditēt vecāku, aizbildņu un pedagogu autoritāti;

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

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

attēlot bērnus bīstamās situācijās.

Jāievēro citi aizliegumi un ierobežojumi, kas noteikti bērniem paredzētajā reklāmā normatīvajos aktos, piemēram, Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 13.panta 5.punktā.

99 *Piemēram:*

PTAC atzina par aizliegtu reklāmu, kurā attēlots erotiska rakstura žurnāla vāks, uz kura redzams sievietes ķermenis ar atkailinātām krūtīm, un kura izplatīta bērnu auditorijai paredzētajos izdevumos – vairāku veidu DVD diskos ar multiplikācijas filmām, pamatojoties uz, cita starpā, PTAC saņemto kompetentās iestādes atzinumu par to, ka, izplatot to, konkrētais materiāls rada draudus bērna garīgajai attīstībai un tiek pārkāptas Bērnu tiesību aizsardzības likuma normas.

Tabakas izstrādājumu, smēķēšanas produktu un elektronisko smēķēšanas ierīču reklāma

Tabakas izstrādājumu, augu smēķēšanas produktu, elektronisko smēķēšanas ierīču un to šķidrumu aprites likums

Tā ir jebkurā veidā izplatīta komerciāla komunikācija (piemēram, iespieddarbi, plakāti, uzlīmes, reklāmas attēli uz sienām, radoraidījumi un televīzijas raidījumi, klipi, kinofilmas un videofilmas), kā arī darbība, kuras mērķis ir tieši vai netieši veicināt tabakas izstrādājumu, elektronisko smēķēšanas ierīču vai uzpildes tvertņu pirkšanu vai patēriņu, tajā skaitā izstrādājumu

izvietošana tirdzniecības vietās, izmantojot dažādus patēriņu veicinošus efektus [piemēram, vārdus (saukļus), formas, attēlus, krāsas, gaismas un skaņas efektus];

Tabakas izstrādājumu, elektronisko smēķēšanas ierīču un uzpildes tvertņu reklāma ir atļauta tikai izdevumos, kas paredzēti komersantiem, kuri nodarbojas ar šo izstrādājumu tirdzniecību, kā arī izdevumos, kas izdoti un drukāti valstīs, kuras nav Eiropas Savienības dalībvalstis vai Eiropas Ekonomikas zonas valstis, un nav paredzēti Eiropas Savienības dalībvalstu vai Eiropas Ekonomikas zonas valstu tirgum.

No 2020.gada 1.oktobra ir stājušies spēkā jauni reklāmas ierobežojumi, kas paredz aizliegumu mazumtirdzniecības vietās patērētājiem redzamā veidā izvietot tabakas izstrādājumus, augu smēķēšanas produktus, elektroniskās smēķēšanas ierīces, uzpildes tvertnes un šo izstrādājumu, produktu, ierīču un tvertņu preču zīmes.

Vai pieļaujams patērētājiem atklātā veidā tirdzniecības vietās izvietot ar šiem produktiem saistītās preces (piemēram, tinamās tabakas iepakojums u.c.)?

Likumā noteiktais aizliegums attiecas arī uz tabakas izstrādājumu, augu smēķēšanas produktu, elektroniskās smēķēšanas ierīču, uzpildes tvertņu sastāvdaļām, kā arī uz šo sastāvdaļu preču zīmēm. Sastāvdaļa ir tabaka, piedeva, kā arī visas vielas vai elementi, kas sastopami gatavā tabakas izstrādājumā, augu smēķēšanas produktā, elektroniskajā smēķēšanas ierīcē vai uzpildes tvertnē, tostarp papīrs, filtrs, krāsas, kapsulas un uzlīmes.

Kādas ir tirdzniecības vietas, uz kurām neattiecas likumā noteiktais aizliegums?

Beznodokļu tirdzniecības veikali, starptautiskajos reisos iesaistītie kuģi, kā arī specializētie smēķēšanas produktu veikali, kas atrodas konstruktīvi nodalītās telpās un aprīkoti ar atsevišķu ieeju, kuros tabakas izstrādājumu, augu smēķēšanas produktu, elektroniskās smēķēšanas ierīču, uzpildes tvertņu un šo izstrādājumu, produktu, ierīču un tvertņu preču zīmes ārpus šīs tirdzniecības vietas nav redzamas.

Vai ir aizliegts tirdzniecības vietā norādīt informāciju par šo produktu tirdzniecību?

Likumā noteiktie ierobežojumi neaizliedz tirgotājiem norādīt, ka konkrētajā tirdzniecības vietā tiek tirgoti tabakas izstrādājumi, augu smēķēšanas produkti, elektroniskās smēķēšanas ierīces vai uzpildes tvertnes. Piemēram, *"Tabakas produktu tirdzniecība"*, *"Šeit nopērkamas elektroniskās cigaretes"* u.tml.

Vai ir konkrēti nosacījumi vai kārtība šo produktu izvietošanai tirdzniecības vietā?

Likums neparedz noteiktu tehnisku risinājumu likumā noteikto ierobežojumu izpildei, tāpēc katrs tirgotājs izvēlas sev piemērotāko veidu, kā tirdzniecības vietā izvietot tabakas izstrādājumus, augu smēķēšanas produktus, elektroniskās smēķēšanas ierīces vai uzpildes tvertnes un šo izstrādājumu, produktu, ierīču un tvertņu preču zīmes, lai tie nebūtu redzami patērētājiem.

Kā pircēji var iegādāties šos produktus, ja tie nav redzami tirdzniecības vietā?

Lai nodrošinātu pircējiem informāciju par smēķēšanas produktu pieejamību tirdzniecības vietā, konkrētajā tirdzniecības vietā pēc pircēja pieprasījuma jābūt pieejamai informācijas lapai, kurā norādīts produkta nosaukums, tā cena un daudzums vienā iepakojuma vienībā.

Vai informācijas lapā var norādīt šo produktu iepakojumu attēlus?

Nē, citas papildu informācijas norādīšana informācijas lapā (piemēram, produkta iepakojuma vai preču zīmju attēli) likumā nav atļauta.

Vai informācijas lapa ir jānodrošina tikai papīra formā?

Likums neparedz šādu obligātu prasību, līdz ar to informāciju par produkta nosaukumu, tā cenu un daudzumu vienā iepakojuma

vienībā var sniegt arī citos veidos, piemēram, planšetdatorā.

Vai likumā lietotais termins „*informācijas lapa*” var tikt attiecināts uz cenu zīmēm, ja tās satur informāciju par šo produktu nosaukumu, to cenu un daudzumu vienā iepakojuma vienībā, un cenu zīmes ir izvietotas horizontālā līnijā zem slēgta plaukta, kurā atrodas šie produkti?

Likumā noteiktais ierobežojums neaizliedz tirgotājiem pie šo produktu stenda norādīt produkta cenu, lai pārdevējs varētu labāk orientēties produktu piedāvājumā. Tomēr produktu cenu izvietojums neizslēdz likumā noteikto prasību informācijas lapas nodrošināšanai tirdzniecības vietā. Tādējādi „*informācijas lapa*” nevar tikt attiecināta uz cenu zīmēm.

Vai informācijas lapa var tikt ievietota slēgtā plauktā, kurā atrodas šie produkti, un tā tiktu parādīta pircējam pēc pieprasījuma?

Likumā nav noteikta konkrēta vieta informācijas lapas glabāšanai mazumtirdzniecības vietā. Taču informācijas lapas glabāšana slēgtā plauktā, kurā izvietoti tabakas izstrādājumi, augu smēķēšanas produkti, elektroniskās smēķēšanas ierīces vai uzpildes tvertnes un šo izstrādājumu, produktu, ierīču un tvertņu preču zīmes, var veicināt šo produktu biežāku redzamību pircējiem, ņemot vērā, ka šādā situācijā slēgtie plaukti tiks biežāk atvērti, lai iepazīstinātu pircējus ar pieprasīto informācijas lapu. Tāpēc informācijas lapu ieteicams glabāt pircējiem neredzamā vietā, ārpus slēgtā plaukta.

Azartspēļu reklāma

Azartspēļu un izložu likums

Azartspēļu reklāma ir aizliegta ārpus azartspēļu organizēšanas vietām. Azartspēļu organizēšanas vietās atļauts norādīt tikai azartspēļu vietas nosaukumu un azartspēļu organizētāja reģistrētu preču zīmi.

🔗 *Piemēram:*

Aizliegta ir azartspēļu reklāma ziņu interneta portālā.

Alkoholisko dzērienu reklāma

Alkoholisko dzērienu aprites likums

Alkoholisko dzērienu reklāmā ietverama informācija, kas brīdina sabiedrību par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, kā arī informē par alkoholisko dzērienu pārdošanas, iegādāšanās un nodošanas aizliegumu nepilngadīgām personām. Šādai informācijai atvēlami vismaz 10 procenti no konkrētās reklāmas apjoma.

Informācija jāsniedz reklāmas apakšējā daļā ar melniem burtiem uz balta fona, turklāt burtu izmēram jābūt tādām, lai uzraksts aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.

🔗 ** Brīdinājuma tekstā vārda „pārmērīgs” iekļaušana neatbilst Likuma prasībai un jēgai. Jēdziens „pārmērīgs”, būdams neizmērāms un subjektīvs, PTAC ieskatā mazina/var mazināt brīdinošās informācijas iedarbību un tāpat arī tās mērķa sasniegšanu.*

** Brīdinājuma uzraksts nav jāsniedz, ja alkoholisko dzērienu tirdzniecības, ražošanas un uzglabāšanas vietās tiek izvietotas tikai alkoholisko dzērienu preču zīmes un/vai tiek sniegta pamatinformācija par alkoholiskajiem dzērieniem (piemēram, alkoholiskā dzēriena nosaukums, cena, tilpums un cita patērētājam svarīga informācija), kā arī brīdinājuma uzraksts nav jāsniedz uz*

sadzīves priekšmetiem, ja tie izmantoti par reklāmas nesējiem (piemēram, lampām).

Jāievēro likumā noteiktie alkoholisko dzērienu reklāmas ierobežojumi, tostarp aizliegums vides reklāmās.

☞ *Piemēram:*

Ir aizliegts alkoholisko dzērienu reklāmā attēlot personu lietojam alkoholisko dzērienu.

Uztura bagātinātāju reklāma

Ministru kabineta noteikumi Nr.725 „Noteikumi par uztura bagātinātājiem”

Uztura bagātinātāja reklāmā iekļauj norādes "Uztura bagātinātājs" un "Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu".

Norāde "Uztura bagātinātājs neaizstāj pilnvērtīgu un sabalansētu uzturu" aizņem ne mazāk kā piecus procentus no reklāmas apjoma. Burtu izmērs ir tāds, lai norāde aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no tekstam paredzētā laukuma.

Noderīgi

[Normatīvie akti](#)

[PTAC lēmumi](#)

<https://www.ptac.gov.lv/lv/specialas-reklamas-prasibas>