

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔԸ

ԳՈՎԱԶԳԻ ՄԱՍԻՆ

Ընդունվել է 30.04.1996

- Գլուխ I Ընդհանուր դրույթներ
- Գլուխ II Ընդհանուր եւ հատուկ պահանջներ գովազդի նկատմամբ
- Գլուխ III Գովազդային գործունեությամբ զբաղվող սուբյեկտների իրավունքները եւ պարտականությունները
- Գլուխ IV Անբարեխիղճ գովազդ, անբարեխիղճ գովազդի հետեւանքները
- Գլուխ V Պետական վերահսկողությունը գովազդային գործունեության նկատմամբ

ԳԼՈՒԽ I

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ

Յոդված 1. Սույն օրենքի կիրառման ոլորտները եւ նպատակները

1. Սույն օրենքը սահմանում է Հայաստանի Հանրապետության տարածքում գովազդի ստեղծման եւ տարածման իրավական հիմքերը եւ նպատակ ունի

ա/ անհրաժեշտ պայմաններ ապահովել հասարակության, գովազդ սպառողների, գովազդատուների, գովազդ արտադրողների, գովազդակիրների շահերին համապատասխանող գովազդի ստեղծման եւ տարածման համար.

բ/ կանխել գովազդի միջոցով սխալ տեղեկությունների տարածումը, որոնք կարող են վնաս պատճառել իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց, նրանց պատվին, արժանապատվությանը, գործարար համբավին եւ քաղաքացիների շահերին.

գ/ կանխել իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց մոլորեցումը գովազդի միջոցով, եթե հարցը վերաբերում է ապրանքի, աշխատանքների, ծառայությունների /այսուհետեւ՝ ապրանք/ որակին, պատրաստված բնույթին, եղանակին եւ տեղին, սպառողական հատկություններին, իրացման պայմաններին եւ այլ հատկանիշներին, ինչպես նաեւ գովազդատուի իրավունքներին.

դ/ կանխել այն գովազդների տարածումը, որոնք անհարկի համեմատություններ են պարունակում այլ ապրանքների, ինչպես նաեւ իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց իրավունքների ու դիրքի հետ.

ե/ կանխել այն գովազդների տարածումը, որոնք առաջ են բերում ոտնձգություններ հասարակական արժեքների եւ բարոյականության համընդհանուր նորմերի նկատմամբ:

2. Սույն օրենքը գործում է Հայաստանի Հանրապետության ամբողջ տարածքում՝ անկախ առաջացած հարաբերությունների մասնակիցների քաղաքացիությունից եւ բնակության վայրից:

3. Սույն օրենքը գործում է նաեւ Հայաստանի Հանրապետության այն իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց նկատմամբ, որոնք գովազդի միջոցով Հայաստանի Հանրապետության սահմաններից դուրս իրենց կատարած գործողություններով նպաստել են մրցակցության սահմանափակմանը, Հայաստանի Հանրապետության տարածքում գործող իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց մոլորեցմանը կամ այլ բացասական հետեւանքներ են թողել Հայաստանի Հանրապետության ապրանքային շուկայում:

4. Սույն օրենքը չի կարգավորում քաղաքական գովազդի հետ կապված հարաբերությունները:

5. Սույն օրենքը չի տարածքում ֆիզիկական անձանց հայտարարությունների վրա, որոնք կապված չեն ձեռնարկատիրական գործունեության իրականացման հետ:

Յոդված 2. Օրենքում գործածվող հիմնական հասկացությունները

Սույն օրենքում գործածվում են հետեւյալ հիմնական հասկացությունները՝

Գովազդ՝ տարբեր տեսակի տեղեկատվական միջոցների օգնությամբ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձանց, ապրանքների, գաղափարների կամ նախաձեռնությունների մասին տեղեկությունների տարածումն

անորոշ թվով անձանց շրջանում, որը կոչված է ձեռավորելու կամ պահպանելու հետաքրքրությունը տվյալ ֆիզիկական եւ իրավաբանական անձի, ապրանքների կամ նախաձեռնությունների նկատմամբ:

Անբարեխիղճ գովազդ՝ գովազդ, որի պատվերի, արտադրության եւ տարածման ընթացքում շրջանցվել են գործող օրենսդրությամբ սահմանված արգելքները եւ սահմանափակումները:

Կանխամտածված կեղծ գովազդ՝ անբարեխիղճ գովազդի ձեւ, որի միջոցով գովազդատուն, գովազդ արտադրողը կամ գովազդակիրը կանխամտածված մոլորեցնում են գովազդ սպառողներին:

Հակագովազդ՝ գովազդի տեսակ, որը տրվում է անբարեխիղճ գովազդի հետեւանքով սպառողի մոտ առաջացած սխալ պատկերացումների վերացման նպատակով՝ անբարեխիղճ գովազդի հերքման եւ իրական փաստերի վերականգնման միջոցով:

Գովազդատու՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որը ներկայացնում է գովազդային տեղեկություն գովազդի արտադրության, տեղաբաշխման եւ տարածման նպատակով:

Գովազդ արտադրող՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որն անմիջականորեն ծառայություններ է կատարում գովազդի արտադրության ուղղությամբ եւ իր գործունեության ընթացքում ղեկավարվում է «Ձեռնարկությունների եւ ձեռնարկատիրական գործունեության մասին», Հայաստանի Հանրապետության օրենքով:

Գովազդակիր՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որը, տրամադրելով համապատասխան միջոցներ, տեղաբաշխում եւ տարածում է գովազդը:

Գովազդ սպառող՝ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձ, որին հասցվում է գովազդը եւ որը կրում է գովազդի համապատասխան ազդեցությունը:

Յոդված 3. Գովազդի մասին օրենսդրությունը

Գովազդի մասին օրենսդրությունը Հայաստանի Հանրապետությունում ներառում է սույն օրենքը, Հայաստանի Հանրապետության այլ օրենսդրական ակտերը եւ նրա կողմից ստորագրված միջազգային եւ միջպետական համապատասխան պայմանագրերը:

Եթե Հայաստանի Հանրապետության կողմից վավերացված միջազգային պայմանագրով սահմանված են այլ նորմեր, քան նախատեսված են սույն օրենքով, ապա գործում են միջազգային պայմանագրի նորմերը:

Յոդված 4. Գովազդի նկատմամբ հեղինակային իրավունքը

Գովազդն ամբողջությամբ կամ մասնակիորեն կարող է լինել հեղինակային իրավունքի օբյեկտ, որը պաշտպանվում է Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ:

ԳԼՈՒԽ II

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԵՎ ՀԱՏՈՒԿ ՊԱՅԱՆՁՆԵՐ ԳՈՎԱԶԴԻ ՆԿԱՏՄԱՄԲ

Յոդված 5. Ընդհանուր պահանջները գովազդի նկատմամբ

Գովազդը պետք է լինի օրինական, հավաստի եւ պատշաճ:

Հայաստանի Հանրապետությունում գովազդի լեզուն հայերենն է:

Անհրաժեշտության դեպքում, որպես լրացում, գովազդատուի հայեցողությամբ գովազդի շարադրանքը կարող է զուգորդվել նաեւ այլ լեզուներով՝ համեմատաբար փոքր տառերով:

Սույն դրույթը չի տարածվում օտար լեզուներով տպագրվող թերթերի, հատուկ հրատարակությունների, ապրանքանիշերի եւ մակնիշների վրա:

Գովազդի հայերեն շարադրանքը տեղեկատվության ծավալով չպետք է զիջի այլ լեզվով հրապարակվող տարբերակին:

Յոդված 6. Գովազդի օրինականությունը

Արգելվում է հակաօրինական է համարվում այն գովազդը, որն իրականացվում է օգտագործելով՝

ա/ քաղաքացիների վստահությունը, փորձի կամ գիտելիքների պակասը.

բ/ այն սպառողների վարկաբեկման ճանապարհը, ովքեր չեն օգտվում գովազդվող ապրանքներից.

գ/ նախապաշարումները եւ սնահավատությունը.

դ/ անհատ կամ մի խումբ մրցակիցներին, ինչպես նաեւ արտադրվող եւ իրացվող ապրանքների հատկությունները վարկաբեկող արտահայտությունները կամ այլ իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց եւ ապրանքների հետ անհարկի համեմատությունները.

ե/ ապրանքի նկատմամբ պահանջարկի իրական չափերին չհամապատասխանող տեղեկատվությունը.

զ/ քաղաքացիներին բռնության, հարձակողականության, խուճապի, ինչպես նաեւ բարոյականության համընդհանուր նորմերի խախտման դրդող կոչերը.

է/ շրջակա միջավայրի դեմ ուղղված կոչերը եւ փաստարկումները.

ը/ սպառողի կյանքին, առողջությանը կամ անվտանգությանը սպառնացող գործողությունների դրդող կոչերը եւ փաստարկումները.

թ/ նախագծի, տեքստի, գովազդային բանաձեւերի, պատկերների, երաժշտական եւ ձայնային էֆեկտների եւ այլ միջոցներով սպառողների մոլորեցումը:

Յոդված 7. Գովազդի հավաստությունը

Արգելվում է այն գովազդը, որում խախտվում է գովազդի հավաստությունը եւ որը վերաբերում է՝

ա/ ապրանքի հատկանիշներին՝ բնույթին, կազմին, պատրաստման ժամանակին, նշանակությունը, սպառողական հատկություններին, կիրառման պայմաններին, համապատասխանությանը ստանդարտին, քանակին, ծագման երկրին.

բ/ գովազդի հրապարակման պահին ապրանքի արժեքին եւ գնին.

գ/ վճարման լրացուցիչ պայմաններին.

դ/ ապրանքի առաքմանը, փոխանակմանը, վերադարձմանը, նորոգմանը, սպասարկմանը եւ շահագործմանը.

ե/ երաշխիքային պարտավորություններին.

զ/ արտադրողի հեղինակային եւ սեփականության իրավունքներին, մասնավորապես՝ արտոնագրերին, նմուշօրինակներին եւ այլն.

է/ ապրանքանիշից /սպասարկման նշանից/ օգտվելու իրավունքին.

ը/ պաշտոնական ճանաչմանը, դիպլոմների, մեդալների, մրցանակների եւ այլ պարգևների ստացմանը.

թ/ լրիվ սերիայի ձեռքբերման միջոցների մասին տեղեկատվության ներկայացմանը, եթե ապրանքը սերիայի մի մասն է.

ժ/ հետազոտությունների եւ փորձարկումների արդյունքների, տեխնիկական եւ գիտական հրապարակումներից մեջբերումներին.

ժա/ վիճակագրական այն տվյալներին, որոնք չեն համապատասխանում իրականությանը.

ժբ/ գիտական տերմինների ճիշտ օգտագործմանը.

ժգ/ իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց երաշխավորությունների կամ հավանությունների վկայակոչմանը, ինչպես նաեւ ժամկետանց կամ կարճաժամկետ երաշխավորությունների կամ հավանությունների օգտագործմանը.

ժդ/ այլ ապրանքների, այլ իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց իրավունքների եւ դիրքի հետ համեմատություններին:

Հողված 8. Գովազդի պատշաճությունը

Արգելվում է այն գովազդը, որում խախտվում է գովազդի պատշաճությունը, այն է/

ա/ վարկաբեկում է բարոյականության համընդհանուր եւ ազգային նորմերը.

բ/ պարունակում է ռասային, ազգությանը, մասնագիտությանը կամ սոցիալական ծագմանը, տարիքային խմբին կամ սեռին, լեզվին, կրոնական եւ այլ համոզմունքներին վերաբերող վիրավորական արտահայտություններ, համեմատություններ եւ պատկերներ.

գ/ ուղղակի կամ անուղղակի ձեւով արատավորում կամ անհարգալից վերաբերմունք է արտահայտում պետական խորհրդանիշների /գինանշանի, դրոշի, օրհներգի, դրամանիշի եւ այլն/ նկատմամբ.

դ/ վարկաբեկում է իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց, ինչպես նաեւ արտադրական, առեւտրային կամ այլ գործունեությունը, մասնագիտությունը, ապրանքատեսակը եւ այլն:

Հողված 9. Գովազդը զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներում

1. Արգելվում է մինչեւ 10 րոպե տեւողությամբ ռադիոհաղորդումներում եւ մինչեւ 20 րոպե տեւողությամբ հեռուստահաղորդումներում մեկ անգամից ավելի գովազդային ընդհատումը /ընդմիջումը/:

2. Արգելվում է ռադիոհեռուստատեսային հաղորդման ընթացքում հեռարձակել գովազդ՝ ավելի քան 20 րոպե մեկ հաճախականությամբ եւ յուրաքանչյուր մեկ եթերային ժամի հաշվով 10 րոպեից ավելի տեւողությամբ:

3. Արգելվում է գովազդային ընդհատումը պաշտոնական լրատվական հաղորդագրությունների ժամանակ:

4. Չանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով հեռարձակվող գովազդային հատուկ հաղորդումների հաճախականությունը չի սահմանափակվում, սակայն յուրաքանչյուր առանձին հաղորդման տեւողությունը եթերային 1 ժամվա ընթացքում չպետք է լինի 5 րոպեից ավելի:

5. Սույն հողվածի դրույթները չեն գործում, եթե ռադիոհեռուստատեսային հաղորդումը կրում է բացառապես գովազդային բնույթ, կամ գովազդը հաղորդվում է գովազդային ալիքով:

Հողված 10. Գովազդը զանգվածային տեղեկատվության տպագիր միջոցներում

1. Չանգվածային տեղեկատվության տպագիր միջոցներում գովազդի ծավալը եւ թեմատիկան որոշվում են նրանց կանոնադրությամբ նախատեսված կարգով:

Չանգվածային տեղեկատվության այն տպագիր միջոցները, որոնք տարածվում են բաժանորդագրությամբ, պարտավոր են իրենց բաժանորդներին տեղեկացնել տպագիր միջոցի մեկ թողարկման մեջ տեղադրվող գովազդի սահմանային ծավալների եւ դրանց հնարավոր փոփոխությունների մասին /առանց գովազդին հատկացվող լրացուցիչ մակերեսի/:

2. Չանգվածային տեղեկատվության տպագիր միջոցները հրապարակում են գովազդի համար նախատեսված միավոր մակերեսի վարձաչափերը /հաշվի առնելով տեղաբաշխումը, հրատապությունը եւ այլ տվյալներ/ եւ դրանց բոլոր փոփոխությունները՝ կիրարկումից առնվազն 20 օր առաջ:

3. Գովազդին տրամադրվող մակերեսի հաշվարկը կատարվում է չափերի մետրական համակարգի միավորներով կամ տպագրական նիշերով:

4. Սույն հողվածի դրույթները չեն գործում, եթե զանգվածային տեղեկատվության տպագիր միջոցը կրում է բացառապես գովազդային բնույթ:

Հողված 11. Արտաքին գովազդ

Արտաքին գովազդը տեղաբաշխվում է բնակավայրերում պլակատների, ազդագրերի, հայտարարությունների, վահանակների, լուսատախտակների եւ այլ տեխնիկական միջոցներով ձեւով:

Արտաքին գովազդի ծավալը, քանակությունը եւ տեղաբաշխման կարգը որոշվում են տեղական ինքնակառավարման մարմնի կողմից:

Եթե գովազդը տեղաբաշխվում է տեղական ինքնակառավարման մարմնի ենթակայության տակ գտնվող կամ նրա սեփականություն հանդիսացող օբյեկտում կամ տարածքում, ապա տեղաբաշխման համար վճարի

մուծման կարգը եւ չափը սահմանում, ինչպես նաեւ տեղաբաշխման նկատմամբ հսկողությունն իրականացնում են տեղական ինքնակառավարման մարմինները: Վճարը մուտք է արվում տեղական բյուջե:

Արգելվում է գովազդ տեղադրել թանգարաններում, պատմական եւ ճարտարապետական հուշարձանների ներսում, ինչպես նաեւ պետական իշխանության եւ տեղական ինքնակառավարման մարմինների շենքերում եւ նրանց տարածքում:

Յոդված 12. Գովազդը տրանսպորտում

Տրանսպորտային միջոցներում գովանդը տեղաբաշխվում է դրանց սեփականատիրոջ համաձայնությամբ:

Անվտանգ երթեւեկության ապահովման նպատակներով Հայաստանի Հանրապետության կառավարությունը ահմանափակումներ է մտցնում տրանսպորտային միջոցներում առանձին գովազդների տեղաբաշխման ուղղությամբ:

Յոդված 13. Սոցիալական գովազդ

1. Գովազդակիրը պարտավոր է բնակչության առողջության եւ առողջապահության, բնության պահպանության, սոցիալական պաշտպանության հարցերով ազգային շահեր ներկայացնող եւ առեւտրային բնույթ չկրող սոցիալական գովազդների համար առաջնահերթ տրամադրել գովազդին հատկացվող տարեկան եթերային ժամանակի /տպագրական մակերեսի/ ոչ պակաս, քան 5 տոկոսը:

2. Սոցիալական գովազդի տեղաբաշխման պատվերները, ներկայածվում են՝ Հայաստանի Հանրապետության նախարարությունների, գերատեսչությունների, տարածքային կառավարման եւ տեղական ինքնակառավարման մարմինների, ինչպես նաեւ ոչ պետական կազմակերպությունների կողմից:

3. Սոցիալական գովազդի արտադրության եւ տեղաբաշխման ծախսերը կատարվում են գովազդատուի միջոցների հաշվին:

Յոդված 14. Անչափահասների պաշտպանությունը գովազդի արտադրության, տեղաբաշխման եւ տարածման ժամանակ

1. Արգելվում է այն գովազդը, որտեղ՝

ա/ օգտագործվում են անչափահասների դյուրահավատությունն ու անփորձությունը.

բ/ պարունակվում են տեսաձայնային այնպիսի դրվագներ, որոնք կարող են բարոյական կամ ֆիզիկական վնաս պատճառել անչափահասներին.

գ/ խաթարվում են ծնողների եւ դաստիարակների հեղինակությունը, անչափահասների վստահությունը նրանց նկատմամբ:

2. Արգելվում է ալկոհոլային խմիչքների եւ ծխախոտի գովազդի տեղակայումը մանկապատանեկան ռադիոհեռուստահաղորդումներում, անչափահասներին վերաբերող տպագիր հրատարակություններում, ինչպես նաեւ մանկական, ուսումնական, բուժական, մշակութային, մարզական կազմակերպություններում, հաստատություններում եւ դրանց տարածքում:

3. Արգելվում է անչափահասների կերպարների տեսաձայնային կամ այլ ձեւով օգտագործումը գովազդում, եթե այն չի վերաբերում անչափահասների համար նախատեսված ապրանքներին:

Յոդված 15. Ապրանքների առանձին տեսակների գովազդի առանձնահատկությունները

1. Ալկոհոլային խմիչքների եւ ծխախոտի գովազդներում արգելվում է՝

ա/ ներշնչել, որ ալկոհոլը եւ ծխախոտն ունեն բուժական, խթանող, հանդստացնող եւ լարվածությունը թուլացնող հատկություններ.

բ/ դրդել սպառողներին ալկոհոլի եւ ծխախոտի լայն օգտագործմանը, բացասական գնահատական տալ չափավոր օգտագործմանը կամ չօգտագործմանը.

գ/ ներկայացնել խմիչքներում՝ ալկոհոլի, իսկ ծխախոտի մեջ՝ նիկոտինի պարունակության բարձր աստիճանը՝ որպես դրական հատկություն:

2. Արգելվում է ծխախոտի այն գովազդը, որում չկա ծխելու վնասակարության մասին նախազգուշացնող տեղեկություն:

3. Արգելվում է ակոհոլային խմիչքների եւ ծխախոտի գովազդման ժամանակ դիմել անմիջապես անչափահասներին:

4. Արգելվում է ակոհոլային խմիչքների եւ ծխախոտի գովազդի ժամանակ ցույց տալ դրանց օգտագործման ընթացքը:

5. Արգելվում է գանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով ակոհոլային խմիչքների ու ծխախոտի գովազդը ժամը 7.00-ից մինչեւ 21.00-ն:

6. Արգելվում է դեղամիջոցների, բուժտեխնիկայի եւ բուժական մեթոդների գովազդը՝ առանց Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարության թուելլտվության:

Արգելվում է թմրադեղերի, թունավոր եւ ուժեղ ազդող դեղամիջոցների գովազդը:

Արգելվում է այն դեղամիջոցների, բուժտեխնիկայի եւ բուժական մեթոդների գովազդը, որոնց կիրառումը պահանջում է բժշկի հատուկ նշանակում:

Դրանց ցանկը հաստատվում է Հայաստանի Հանրապետության կառավարության կողմից:

7. Արգելվում է գենքի եւ գինամթերքի գովազդը՝ բացառությամբ որսորդական եւ սպորտային գենքի եւ գինամթերքի:

Հոդված 16. Ֆինանսական, ապահովագրական, ինվեստիցիոն ծառայությունների արժեթղթերի գովազդումը

Արգելվում է բանկային, ապահովագրական եւ այլ ֆինանսավարկային ու ֆինանսական՝ ներառյալ արժեթղթերով գործառնություններ իրականացնող հաստատությունների եւ դրանց կողմից մատուցվող ծառայությունների վերաբերյալ գովազդը, եթե գովազդի պատվիրման պահին եւ դրա հրապարակման ժամանակահատվածում գովազդի օբյեկտը ձեռք չի բերել օրենսդրությամբ սահմանված կարգով նախատեսված արտոնագիր:

Վերոհիշյալ ծառայությունների գովազդներում արգելվում է՝

ա/ գետեղել երաշխիք, կանխատեսում կամ խոստում՝ ապագա գործունեության արդյունավետության /երաշխավորության/ այդ թվում՝ հայտարարություններ արժեթղթերի շուկայական գների բարձրացման մասին.

բ/ գետեղել քանակական տեղեկություններ, որոնք անմիջականորեն առնչություն չունեն գովազդվող հաստատությունների, դրանց ծառայությունների եւ արժեթղթերի հետ.

գ/ սովորական բաժնետոմսերի գովազդում գետեղել դրանց շուկայական գների մասին որեւէ տեղեկություն կամ երաշխավորություն դրանց շահաբաժինների /դիվիդենտների/ մասին:

ԳԼՈՒԽ III

ԳՈՎԱԶԴԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՄԲ ՉԲԱՂՎՈՂ ՍՈՒԲՅԵԿՏՆԵՐԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԸ ԵՎ ՊԱՐՏԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Հոդված 17. Գովազդի պայմանագրային բնույթը

Գովազդատուի, գովազդ արտադրողի եւ գովազդակրի միջեւ՝ հարաբերությունները կրում են պայմանագրային բնույթ եւ կարգավորվում են օրենքով սահմանված կարգով:

Հոդված 18. Գովազդային գործունեությամբ զբաղվող սուբյեկտների իրավունքները եւ պարտականությունները գովազդի արտադրության եւ տարածման համար տեղեկատվության ներկայացման ուղղությամբ

Գովազդ արտադրողը, գովազդակիրը պարտավոր են պահանջել, իսկ գովազդատուն՝ նրանց ներկայացնել գովազդի արտադրության համար ներկայայացվող տեղեկատվության հավաստիության փաստաթղթային վավերացում /արտոնագրեր, տեղեկանքներ/:

Հոդված 19. Գովազդ արտադրողի պարտականությունները գովազդի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության պահպանման գործում

1. Եթե գովազդի նկատմամբ գովազդատուի պահանջները հակասում են գովազդի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությանը, ապա գովազդ արտադրողը կամ գովազդակիրը պարտավոր է տեղեկացնել նրան այդ մասին:

2. Եթե գովազդատուն, չնայած գովազդ արտադրողի կամ գովազդակրի հիմնավորված նախազգուշացումը, չի փոխում իր պահանջները կամ փաստաթղթերով չի վավերացնում իր ներկայացրած տեղեկությունների հավաստիությունը, գովազդ արտադրողը կամ գովազդակիրն իրավունք ունեն լուծարել պայմանագիրը եւ գովազդատուից պահանջել կամ վճարի հատուցում:

Հոդված 20. Գովազդատուի, գովազդ արտադրողի եւ գովազդակրի պարտականությունները պետական իշխանության մարմիններին տեղեկություններ տրամադրելու գործում

Պետական կառավարման այն լիազորված մարմնի պահանջով, որի վրա դրված է գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման վերահսկումը, օրենսդրությունը, խախտած գովազդատուն, գովազդ արտադրողը կամ գովազդակիրը պարտավոր են տրամադրել փաստաթղթեր, գրավոր ու բանավոր բացատրություններ եւ այլ տեղեկություններ:

ԳԼՈՒԽ IV

ԱՆԲԱՐԵՒԻՂԾ ԳՈՎԱԶԴ, ԱՆԲԱՐԵՒԻՂԾ ԳՈՎԱԶԴԻ ՀԵՏԵՎԱՆՔՆԵՐԸ

Հոդված 21. Անբարեխիղճ գովազդի մասին ընդհանուր դրույթները

1. Արգելվում է հրապարակել անբարեխիղճ, այդ թվում՝ կանխամտածված կեղծ գովազդ:

2. Գովազդն անբարեխիղճ ճանաչելու համար պահանջվում է մոլորեցման կամ հասարակական վտանգի փաստի առկայությունը:

Մոլորեցում ասելով հասկացվում է գովազդի փաստացի ունակությունը ապրանքների հատկությունները, քանակի, որակի, առանձնահատկությունների, գնի եւ այլ տեղեկությունների, ինչպես նաեւ դրանց գովազդատուների մասին տեղեկատվության լրիվ կամ մասնակի անարժանահավատության, բացթողումների եւ աղավաղումների հետեւանքով իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց ապակողմնորոշումը:

Հասարակական վտանգ ասելով հասկացվում է գովազդի փաստացի ունակությունը մրցակցին վնաս հասցնելու, բռնության, դրդելու, գովազդ սպառողի նախապաշարումներն ու սնահավատությունը, փորձի պակասն օգտագործելու, գովազդ սպառողներին առողջության, սեփականության, ինչպես նաեւ շրջակա միջավայրի համար վտանգավոր գործողությունների մղելը:

3. Եթե գովազդային գործունեության ընթացքում գովազդատուի, գովազդ արտադրողի, գովազդակրի գործողություններն օբյեկտիվ են, սակայն կարող են սպառողին մոլորեցնել կամ գովազդը դարձնել հասարակայնորեն վտանգավոր, ապա գովազդատուի, գովազդ արտադրողի կանխամտածված մտադրության առկայությունը կամ բացակայությունը հաշվի չի առնվում:

4. Մասնակիորեն անբարեխիղճ գովազդն անբարեխիղճ է համարվում ամբողջությամբ:

5. Գովազդի բառացի ճշմարտացիությունը չի պաշտպանում այն անբարեխիղճ համարվելուց, եթե գովազդի ընդհանուր բովանդակությունից հասկացվում է այլ իմաստ:

6. Գովազդը կարող է անբարեխիղճ համարվել ոչ միայն իր բովանդակության, այլեւ տեղի, ժամանակի եւ տարածման /տեղաբաշխման/ միջոցների պատճառով:

Հոդված 22. Հակագովազդ

1. Անբարեխիղճ գովազդի փաստի բացահայտման դեպքում գովազդի մասին օրենսդրություն խախտողը պարտավոր է իր հաշվին հրապարակել հակագովազդ:

2. Հակագովազդը կարող է իրականացվել նաեւ այլ իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց կողմից, որոնք կամավոր կերպով իրենց վրա կվերցնեն այդ պարտականությունը՝ գովազդային օրենսդրության նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող պետական կառավարման լիազորված մարմնի կամ դատական մարմինների առաջարկությամբ:

3. Հակագովազդը կատարվում է գովազդի կատարման նույն միջոցներով՝ տեւողության, տարածության, տեղի եւ կարգի նույն պայմանների օգտագործումով:

Հոդված 23. Պատասխանատվությունն անբարեխիղճ գովազդ օգտագործելու եւ հակագովազդից հրաժարվելու համար

1. Այն իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձինք, որոնց իրավունքները խախտվել են անբարեխիղճ գովազդի հետեւանքով, իրավունք ունեն սահմանված կարգով դիմել դատարան՝ պահանջելով՝

ա/ վնասների հատուցում.

բ/ քաղաքացու կյանքին, առողջությանը եւ գույքին պատճառված վնասի հատուցում.

գ/ բարոյական վնասի հատուցում.

դ/ գովազդի հրապարակային հերքում:

2. Անբարեխիղճ գովազդ օգտագործելու եւ հակագովազդից հրաժարվելու համար պատասխանատվությունը կրում են գովազդատուն, գովազդ արտադրողը եւ գովազդակիրը:

Գովազդատուն պատասխանատվություն է կրում գովազդային պատվերի օրինականության, այդ պատվերում բերված տվյալների հավաստիության համար, եթե նա չի ապացուցում, որ գովազդային օրենսդրության պահանջների խախտումը տեղի է ունեցել գովազդ արտադրողի կամ գովազդակրի մեղքով:

Գովազդ արտադրողը պատասխանատվություն է կրում գովազդային հաղորդագրության պատշաճության եւ օրինականության համար:

Գովազդակիրը պատասխանատվություն է կրում գովազդի տեղաբաշխման միջոցների, ժամանակի եւ տեղի համար:

3. Իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձինք անբարեխիղճ գովազդ օգտագործելու եւ հակագովազդից հրաժարվելու համար պատասխանատվություն են կրում սույն օրենքի 26 հոդվածով եւ Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ սահմանված կարգով:

ԳԼՈՒԽ V

ՊԵՏԱԿԱՆ ՎԵՐԱՀՍԿՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ ԳՈՎԱԶԴԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՆԿԱՏԱՍԲ

Հոդված 24. Գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը

Գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը ձեւավորվում է Հայաստանի Հանրապետության կառավարության կողմից սահմանված կարգով:

Հոդված 25. Գովազդի մասին օրենսդրության պահպանման վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմնի իրավասությունը

Գովազդի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինը իրավասու է՝

ա/ նախազգուշացնել իրավաբանական եւ ֆիզիկական անձանց կողմից թույլ տրված անբարեխիղճ գովազդի առկայության մասին եւ արգելել այն.

բ/ գովազդատուին, գովազդ արտադրողին եւ գովազդատերին ուղարկել գովազդի մասին օրենսդրության խախտման դադարեցման եւ հակագովազդի իրականացման մասին ծանուցագրեր.

դ/ անբարեխիղճ գովազդի փաստի առկայության դեպքում գովազդատուի, գովազդ արտադրողի եւ գովազդակրի նկատմամբ հայցեր ներկայացնել դատարան, իսկ գովազդի մասին օրենսդրության հաճախակի խախտման դեպքում՝ հայտ ներկայացնել նրանց լուծարման առաջարկով.

ե/ պաշտոնական պարզաբանումներ տալ գովազդի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության վերաբերյալ:

Հոդված 26. Պատասխանատվությունը գովազդի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության խախտման համար

Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինն իրավասու է համաձայն Հայաստանի Հանրապետության գործող օրենսդրության, տուգանք կիրառել գովազդատուի, գովազդ արտադրողի, գովազդակրի նկատմամբ գովազդային օրենսդրության խախտման մասին իր ծանուցագրերի պահանջների կատարումից խուսափելու կամ ժամանակին չկատարելու համար:

2. Գովազդատու, գովազդ արտադրող, գովազդակիր ձեռնարկությունների ղեկավարները սույն հոդվածի առաջին կետով նախատեսված խախտումների համար կրում են վարչական պատասխանատվություն: Այդ դեպքում Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմինն իրավունք ունի նրանց նկատմամբ կիրառել տուգանք՝ նվազագույն աշխատավարձի մինչեւ 100-ապատիկի չափով:

3. Գովազդատուները, գովազդ արտադրողները, գովազդակիրներն իրավունք ունեն դիմել դատարան՝ Հայաստանի Հանրապետության պետական կառավարման լիազորված մարմնի ծանուցագրերն ամբողջովին կամ մասամբ անվավեր ճանաչելու կամ տուգանք կիրառելու մասին որոշումը չեղյալ հայտարարելու կամ փոխելու պահանջով:

Վայցի առկայությունը չի դադարեցնում ծանուցագրի պահանջների կամ տուգանքի մասին որոշման կատարումը, եթե դատարանի կողմից որոշում չի կայացվել նշված ակտերի կատարումը կասեցնելու կամ դադարեցնելու մասին:

Հոդված 27. Սույն օրենքի ուժի մեջ մտնելը

Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում հրապարակման պահից:

**Հայաստանի Հանրապետության
Նախագահ՝ Լ. ՏԵՐ-ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ**

**25 մայիսի 1996թ.
ՅՕ-55**

28.04.1999 «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում լրացում եւ փոփոխություն կատարելու մասին
26.06.2002 «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ եւ լրացումներ կատարելու մասին
17.12.2003 «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում լրացումներ կատարելու մասին
16.12.2005 «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ եւ լրացում կատարելու մասին
21.03.2006 «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում լրացում կատարելու մասին
02.05.2006 «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում լրացումներ եւ փոփոխություն կատարելու մասին