

IŠORINĖS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ LAUKO REKLAMOS REIKALAVIMŲ UŽTIKRINIMAS

Tabako ir alkoholio
kontrolės skyriaus vyr.
specialistė
Jurgita Miliauskaitė -
Merkienė
(Vilnius, 2014-04-25)



ALKOHOLIO REKLAMA

Alkoholio kontrolės įstatymo 2 str. 10 d. nurodyta, kad alkoholio reklama – bet kuria forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su įmonių komercine, ūkine bei finansine veikla, kuria skatinama išigyti ir (ar) vartoti alkoholio produktus.

Alkoholio kontrolės įstatymo 29 str. 6 d. nurodyta, kad reklama nelaikoma alkoholinius gėrimus gaminančių arba jais prekiaujančių įmonių, Europos juridinių asmenų ar jų filialų registruoti pavadinimai (jeigu alkoholinių gėrimų gamintojo pavadinimas yra sudedamoji šių įmonių, Europos juridinių asmenų ar jų filialų registruoto pavadinimo dalis) ir prekių ženklai, kai šie pavadinimai ir prekių ženklai pateikiami iškabose ant šių įmonių, Europos juridinių asmenų ar jų filialų buveinės ar padalinio pastato ir valdomo transporto.

IŠORINĖS REKLAMOS SAŲVOKA

Reklamos įstatymo 2 str. 2 d. nurodyta, kad išorinė reklama – tai reklama, kurios įvairios specialios (stendai, skydai, stulpai, vitrinos ir pan.) ir pritaikytos (pastatų sienos, stogai, laikinieji statiniai, transporto priemonės, oro balionai ir pan.) pateikimo priemonės yra ne patalpose.

Alkoholio reklamos bylose Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas yra suformavęs praktiką, kad reklama pripažintina išorine, net jei pati reklamos priemonė patalpinta patalpų viduje, bet skirta stebėti ir yra matoma iš lauko pusės (2007 m. kovo 23 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A10-306/2007, 2003 m. sausio 22 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A3-73-03, 2014 m. balandžio 15 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A143-469/2014).

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Alkoholio kontrolės įstatymo 29 str. 4 d. nurodyta, kad Lietuvos

Respublikoje draudžiama išorinė alkoholio reklama, *išskyrus alaus, alaus mišinių su nealkoholiniais gėrimais bei natūralios fermentacijos vyno ir sidro išorinę reklamą.*

Alkoholio kontrolės įstatymo 29 str. 5 d. nustatyta, kad *alaus, alaus mišinių su nealkoholiniais gėrimais bei natūralios fermentacijos vyno ir sidro išorinėje reklamoje* (išskyrus tuos atvejus, kai išorinėje reklamoje pateikiami tik alkoholinius gėrimus gaminančių arba jais prekiaujančių įmonių pavadinimai ir (ar) jų prekių ženklai) turi būti įspėjamasis tekstas apie žalingą alkoholio poveikį sveikatai. Šio teksto forma, turinys ir jo vieta reklamoje nustatyti Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerijos 1997 m. spalio 13 d. įsakymu Nr. 545 „Dėl įspėjamojo teksto apie alkoholio žalą sveikatai ant išorinių reklamos priemonių“.

Prekės ženklų duomenų bazės: www.vpb.lt, www.wipo.int,
<http://oami.europa.eu> .

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Alkoholiniai gėrimai, kurių išorinė reklama pagal išimtį yra leidžiama:

- 1) Alus
- 2) Alaus mišiniai su nealkoholiniais gėrimais
- 3) Natūralios fermentacijos sidras
- 4) Natūralios fermentacijos vynas

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Problema:

Susiduriama su situacijomis, kai prie natūralios fermentacijos vyno priskiriamas spirituotas vynas, o prie natūralios fermentacijos sidro priskiriami alkoholiniai kokteiliai, kurių išorinė reklama apskritai yra draudžiama, arba teigiama, kad reklamuojamas, pvz., natūralios fermentacijos vynas, tačiau jo prekės ženklas sutampa su draudžiamų reklamuoti išorinėje reklamoje alkoholinių gėrimų prekės ženklu, nekonkretizuojant reklamuojamo produkto.

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Pavyzdys:

Įmonė nori pateikti išorinę alkoholio reklamą, tačiau reklama yra bendro pobūdžio, joje nėra pateikiamas konkretus produktas, o tik prekės ženklas, kuris registruotas tiek leidžiamų reklamuoti alkoholinių gėrimų klasėje, tiek tų alkoholinių gėrimų klasėje, kurių išorinė reklama yra draudžiama (pvz., putojantis vynas ir brendis)



Sprendimas:

Įsitikinti, ar išorinėje alkoholio reklamoje nurodytas prekės ženklas, nesutampa su kitų alkoholinių gėrimų, draudžiamų reklamuoti išorinėje reklamoje, prekės ženklu.

Taip pat įsitikinti, ar norimų reklamuoti alkoholinių gėrimų išorinė reklama apskritai leidžiama vadovaujantis Žemės ūkio ministro 2002 m. rugpjūčio 30 d. įsakymu Nr. 329 “Dėl alkoholinių gėrimų klasifikavimo”,

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2012 m. lapkričio 28 d. nutartyje administracinėje byloje Nr. A143-2651/2012 konstatavo, kad “<...> esant bet kokiems konkrečios alkoholio reklamos dviprasmiškumams, leidžiantiems abejoti tokios reklamos leistinumu, turi būti taikoma atitinkamo draudimo pažeidimo prezumpcija”.

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Pagal Alkoholio kontrolės įstatymo nuostatas leidžiamų reklamuoti alkoholinių gėrimų išorinėje reklamoje privalo būti tekstas „*Vartodami alkoholį, rizikuojate savo sveikata, šeimos ir visuomenės gerove*“. Tekstas turi būti spausdinamas reklamos viršuje įprastiniu knyginiu „TimesLt“ arba „HelveticaLt“ šriftu, juoda spalva ant balto fono, valstybine kalba. Tekstui turi būti skiriama ne mažiau kaip 20 procentų bendro išorinei reklamai skirto ploto ir 2/3 bendro įspėjamajam užrašui skirto ploto (Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerijos 1997 m. spalio 13 d. įsakymas Nr. 545 „Dėl įspėjamojo teksto apie alkoholio žalą sveikatai ant išorinių reklamos priemonių“).

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Problema:

Įspėjamasis tekstas nenaudojamas subjektyviai manant, kad yra pateikiamas tik alkoholinio gėrimo pavadinimas ar prekės ženklas, kuriuos pateikiant nereikalaujamas įspėjamasis tekstas. Tačiau iš tikrųjų norimas reklamuoti konkretus “prekės ženklas” nėra registruotas ar teismo sprendimu nėra pripažintas plačiai žinomumu, t.y. tokiu atveju reklamoje pateikiama daugiau informacijos, kuriai privalomas įspėjamasis tekstas.

Taip pat pateikiamas neatitinkantis reikalavimų įspėjamasis tekstas.

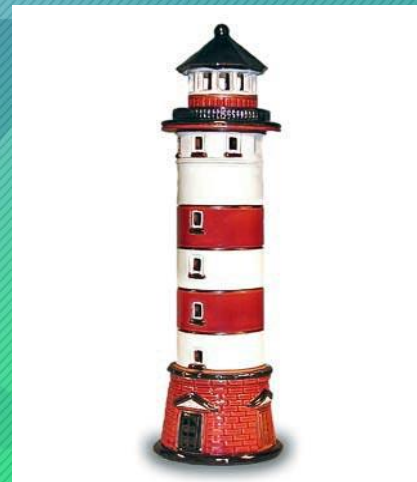
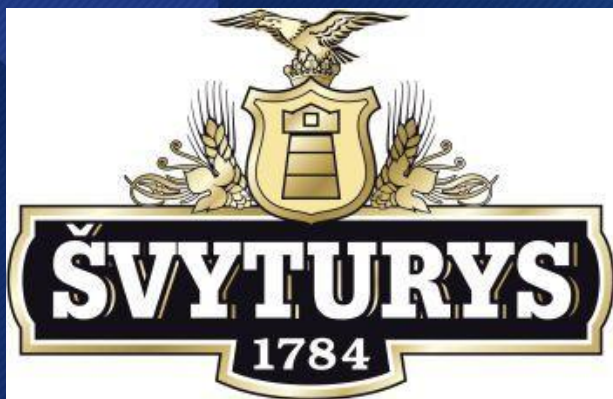
Sprendimas:

Įsitikinti, ar prekės ženklas yra registruotas arba pripažintas plačiai žinomumu naudojant nacionalines ir tarptautines prekės ženklų duomenų bazes (www.vpb.lt, www.wipo.int, <http://oami.europa.eu>), kad jo atžvilgiu nebūtų privalomas įspėjamasis tekstas. Taip pat, ar įspėjamasis tekstas atitinka numatytus reikalavimus.

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Pavyzdys:

Įmonės pateikiamoje išorinėje reklamoje pateiktas žodinis ir (ar) vaizdinis prekės ženklas ir papildomi simboliai, vaizdai, žodžiai ar kita informacija, kuri nėra registruotas ar teismo sprendimu pripažintas plačiai žinomus prekės ženklas, todėl tokioje išorinėje alkoholinių gėrimų reklamoje privalo būti pateiktas išpėjamas tekstas.



IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2010 m. sausio 28 d. nutartyje administracinėje byloje Nr. A822-174/2010 konstatavo, kad “ <...> įstatyme nenumatyta jokių grafinių vaizdų, šalia ar fone kurių gali būti pateikiami alkoholinius gėrimus gaminančių arba jais prekiaujančių įmonių pavadinimai ir (ar) jų prekių ženklai, kartu nepateikiant išpėjamojo užrašo”.

Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2013 m. kovo 26 d. nutartyje administracinėje byloje Nr. A858-358/2013 konstatavo, jog “ <...> Pareiškėjo argumentai, kad stende atsispindintys elementai – taurė su rudu skysčiu ir balta puta, kurioje pavaizduoti aukso spalvos medaliai, aukso spalvos juosta su ovale pavaizduotais gyvūnais, laikančiais statinę, bei aukso spalvos žodžiai „VOLFAS ENGELMAN” –laikytini žymenimis, sudarančiais jo neįregistruotą prekių ženklą, atmestini kaip nepagrįsti, nepatvirtinti atitinkamais įrodymais”.

IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Pavyzdys:

Išorinėje alkoholio reklamoje pateikiamas įspėjamasis tekstas, neatitinkantis formos, vietos, turinio ar kt. reikalavimų pvz., pateikiamas per mažas įspėjamasis tekstas arba įspėjamasis tekstas pateikiamas tik vienoje iš daugelio išorinės alkoholio reklamos dalių.



IŠORINĖ ALKOHOLIO REKLAMA

Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2010 m. sausio 28 d. nutartyje administracinėje byloje Nr. A822-174/2010 konstatavo, kad “ <...> pagal nagrinėjamos bylos aplinkybes išpėjamasis tekstas <...> buvo ant vienos iš burių <...> minėtas skėtis sudarytas iš daugybės vizualiai savarankiškų plakatų ir kiekvieną iš jų galima ir reiktų traktuoti kaip atskirą reklamos priemonę <...>”.

Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas 2010 m. sausio 28 d. nutartyje administracinėje byloje Nr. A143-977/2010 konstatavo, kad “ <...> išpėjamasis tekstas turi būti kiekvienoje reklamos matomoje vietoje. Šiuo atveju <...> vizualiai atskiros išorinės alkoholinio gėrimo – sidro „Fizz Perry“ – reklamos dalys tokio išpėjamojo teksto neturėjo”.

ALKOHOLIO REKLAMOS TURINIO REIKALAVIMAI

Alkoholio kontrolės įstatymo 29 str. 1 d. įtvirtinti Lietuvos Respublikoje pateikiamos alkoholio reklamos turinio reikalavimai.

Minėti reikalavimai taikomi ir išorinei alkoholio reklamai, jos turiniui, todėl kiekvienu atveju turi būti įvertinta ne tik pateikiamos alkoholio reklamos forma, būdas, priemonė, vieta, bet ir *turinys*.

ALKOHOLIO REKLAMOS DRAUDIMAI

Alkoholio kontrolės įstatymo 29 str. 2 d. nurodyti atvejai, kada alkoholio reklama yra draudžiama vietos, subjektų, laiko ir pan. atžvilgiu. Minėti draudimai taikomi ir išorinei alkoholio reklamai.



PROBLEMA

Savivaldybės ne visada vertina alkoholinių gėrimų reklamos turinį.

Dažnai savivaldybių siunčiami derinti alkoholinių gėrimų išorinės reklamos maketai beveik tuo pat metu atsiranda ir mieste kaip išorinė alkoholio reklama, tokiu būdu neįmanoma iš anksto užkirsti kelio minėtos draudžiamos reklamos sklaidai.

Ačiū už dėmesį.

NTA