

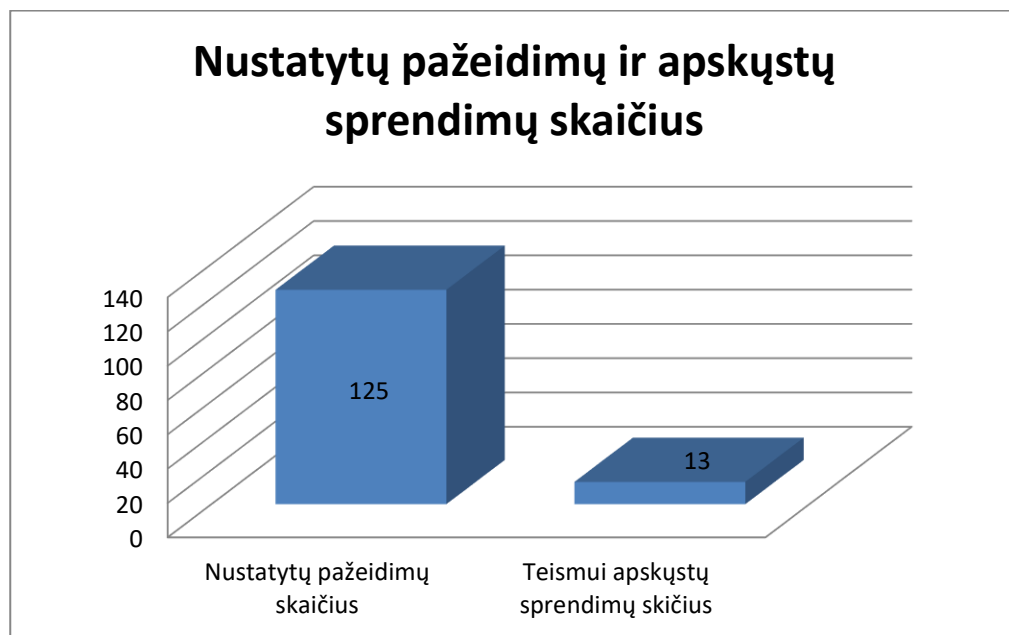
2017 m. reklamos kontrolės duomenys

2017 m.	Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentas	Lietuvos radijo ir televizijos komisija	Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba	Valstybinė vaistų kontrolės tarnyba prie Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerijos	Lošimų priežiūros tarnyba prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos	Lietuvos advokatūra	Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba	Lietuvos Bankas	Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnyba	Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba	Suma
Bendras skundų (tyrimų, bylų), susijusių su reklamos sritimi, skaičius:	240	54	4	24	15	-	12	30	9	87	475
Iš jų:											
Atliktų tyrimų pagal pareiškėjų skundus skaičius:	21	9	3	6	3	-	6	27	9	17	101
Savo iniciatyva nagrinėtų/atliktų tyrimų skaičius:	219	45	1	16	12	1	6	3	-	-	303
Priimti sprendimai:	-	4	4	-	15	1	12	-	-	28	64
Atsisakyta pradėti tyrimus/nutrauktų tyrimų skaičius nesant pažeidimo	206	40	2	-	8	-	3	7	-	70	336
Nustatytų pažeidimų skaičius	43	14	4	-	7	1	9	23	1	23	125
Taikytų ekonominių sankcijų skaičius/suma (Eur):	11	1/1 882 Eur	4/24 906 Eur	-	-	-	-	-	-	27 487 Eur/	atvejais taikytos ekonominės sankcijos/ 54 275 Eur
Taikytų prevencinių priemonių – įsipareigojimų nutraukti teisės aktų neatitinkančios reklamos skleidimą skaičius:	21	14	-	21	-	1	2	23	-	88	170
Kitų poveikio priemonių skaičius (įvardinti)	-	3	-	3 administracinio nusižengimo protokolai	7	-	7	-	-	-	20
Teismui apskųstų sprendimų skaičius	5	1	2	-	2	-	-	-	-	3	13

Per 2017 metus institucijos, prižiūrinčios reklamą, gavo 475 skundus. Iš jų daugiausiai gavo Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentas (240). Didžiąją dalį institucijų atliktų tyrimų, susijusių su reklamos sritimi, sudaro tyrimai atlikti savo iniciatyva skaičius (303). Ekonominių sankcijų už 2017 metus buvo pritaikyta už 54 275 Eur.

Tyrimų pagal pareiškėjų skundus ir institucijų iniciatyva skaičius

Nustatytų pažeidimų ir teismui apskųstų sprendimų skaičius



Pažymėtina, kad iš nustatytų pažeidimų skaičiaus (125) teismui buvo apskųsti 13. Daugiausia buvo apskųsti narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamento priimti sprendimai (5).

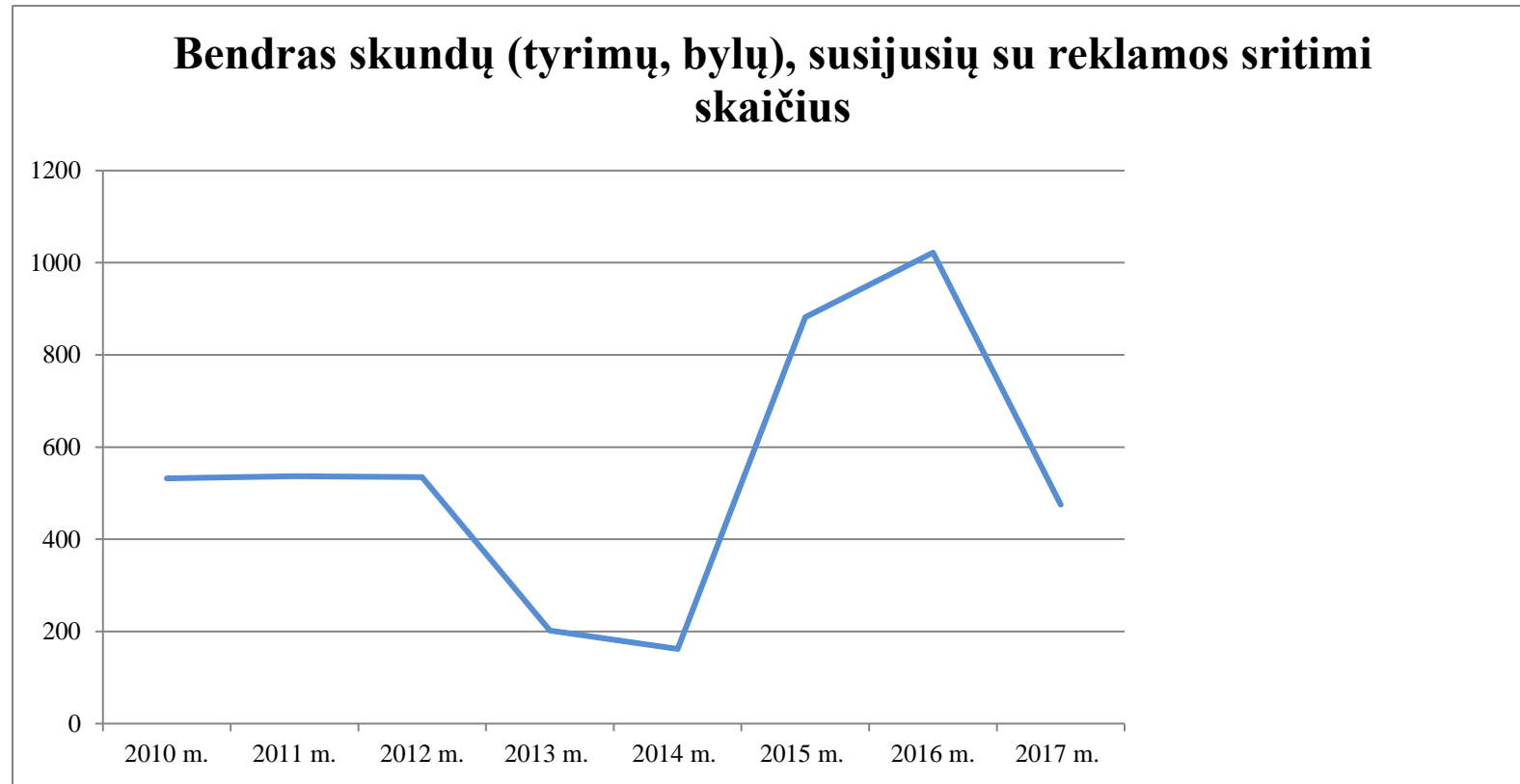
2010 m. – 2017 m. reklamos kontrolės duomenys

Nuo 2010 m. iki 2018 metų institucijos, prižiūrinčios reklamą, iš viso gavo 4 347 skundai, kuriuos ištyrus buvo nustatyti 1 626 pažeidimai. Institucijose atliktų tyrimų, susijusių su reklamos sritimi, didesnę dalį sudaro atliktų tyrimų pagal pareiškėjų skundus skaičius (1 530).

Ekonominių sankcijų nuo 2010 m. iki 2018 m. buvo pritaikyta už 950 401 eurų bei 1622 kartus pažeidėjams buvo pritaikytos kitos prevencinės priemonės.

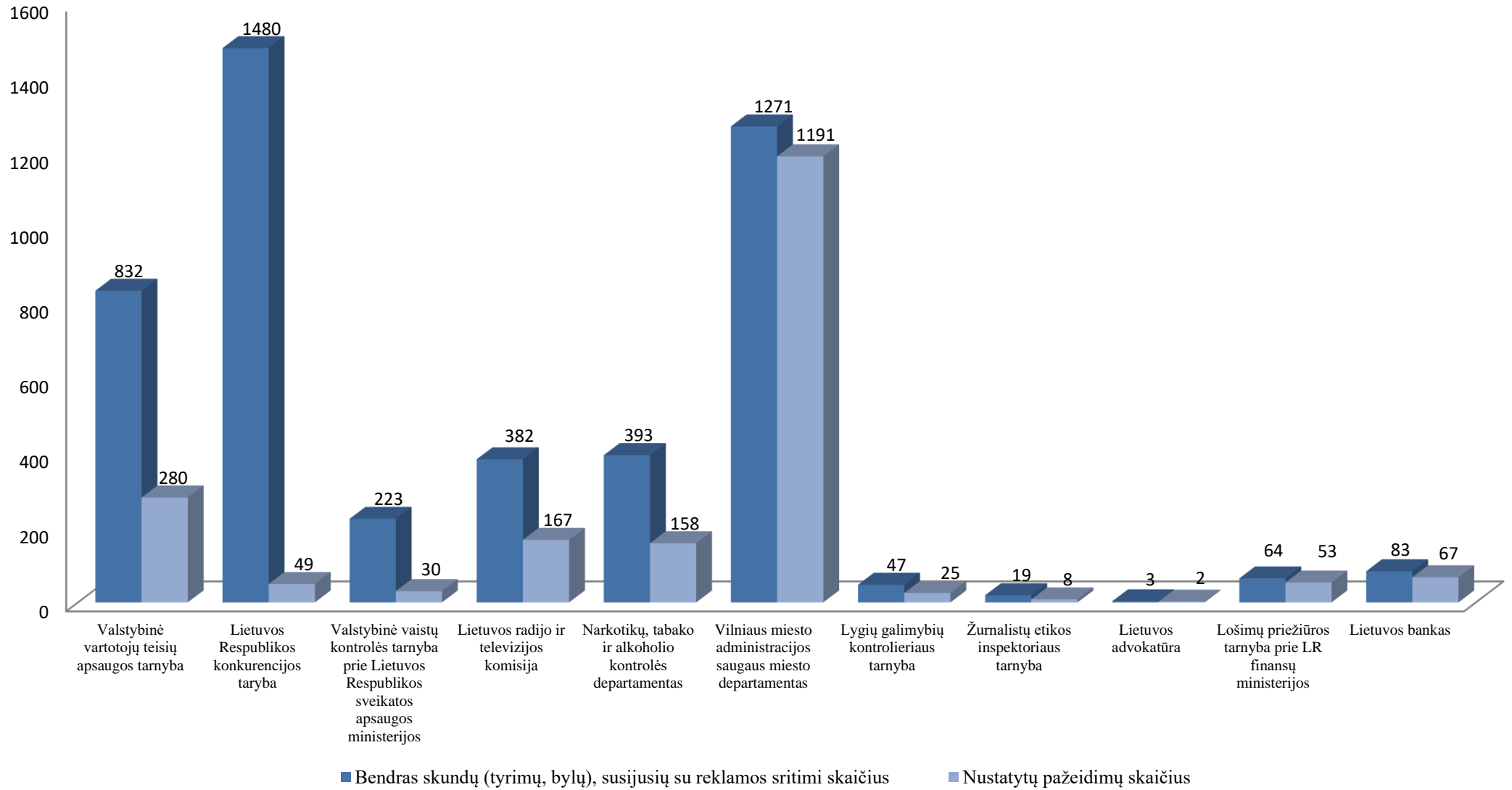
Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentas, Lietuvos radijo ir televizijos komisija, Konkurencijos taryba, Valstybinė vaistų kontrolės tarnyba, Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba, Lietuvos Reklamos asociacija „Reklamos biuras“, Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, Lošimų priežiūros tarnyba, Lietuvos banko priežiūros tarnyba, Lietuvos advokatūra.	2010 m.	2011 m.	2012 m.	2013 m.	2014 m.	2015 m.	2016 m.	2017 m.	Suma
Bendras skundų (tyrimų, bylų), susijusių su reklamos sritimi, skaičius:	532	537	535	202	162	882	1022	475	4 347
Iš jų:									
Atliktų tyrimų pagal pareiškėjų skundus skaičius:	423	409	87	154	118	130	108	101	1530
Savo iniciatyva nagrinėtų/atliktų tyrimų skaičius:	99	111	134	47	46	251	139	303	1 130
Priimti sprendimai:									
Nustatytų pažeidimų skaičius	127	113	116	86	89	150	820	125	1626
Taikytų ekonominių sankcijų skaičius/suma (Eur):	134 934 Eur	101 744 Eur	119 903 Eur	227 554 Eur	124 614 Eur	92 929 Eur	94 448 Eur	54 275 Eur	950 401 Eur
Taikytų prevencinių priemonių – įsipareigojimų nutraukti teisės aktų neatitinkančios reklamos skleidimą skaičius:	60	197	184	182	297	266	266	170	1622

Nuo 2010 m. iki 2018 m. institucijos gavo virš 4 tūkstančių skundų susijusių su reklamos sritimi. Nuo 2010 m iki 2016 m. pastebimas stiprus tendencingas skundų susijusių su reklamos sritimi didėjimas, kadangi tokių skundų institucijos 2010 m. gavo 532, 2011 m. – 537, 2012 m. – 535, 2013 m. – 202, 2014 m. – 162, 2015 m. – 882, o per 2016 m. net 1022, o per 2017 m. buvo gauta 475 skundai susiję su reklamos sritimi.



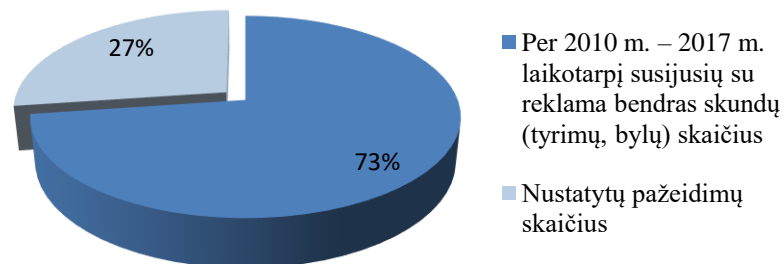
Nuo 2010 m. iki 2018 m. Vilniaus miesto administracijos saugaus miesto departamento viešosios tvarkos skyrius, iš 1271 gautų skundų nustatė 1191 pažeidimus. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba šiuo laikotarpiu gavo 832 skundus susijusius su reklamos sritimi bei nustatė 280 pažeidimų. Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentas per šį laikotarpį nustatė 158 pažeidimus iš gautų 393 skundų, o Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba iš 1480 gautų skundų susijusių su reklamos sritimi nustatė tik 49 pažeidimus.

Nustatytų pažeidimų ir gautų skundų skaičius

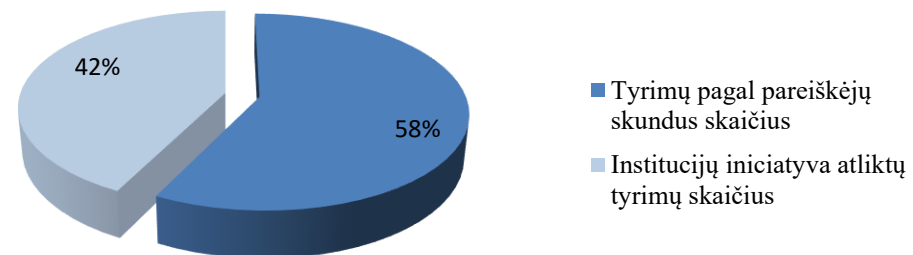


Institucijų nustatytų pažeidimų nuo 2010 m. iki 2018 m. skaičius sudaro 26 % nuo visų gautų skundų susijusių su reklamos sritimi (tokių skundų buvo 4 385).

Nustatytų pažeidimų procentas nuo bendro gautų skundų susijusių su reklamos sritimi skaičiaus

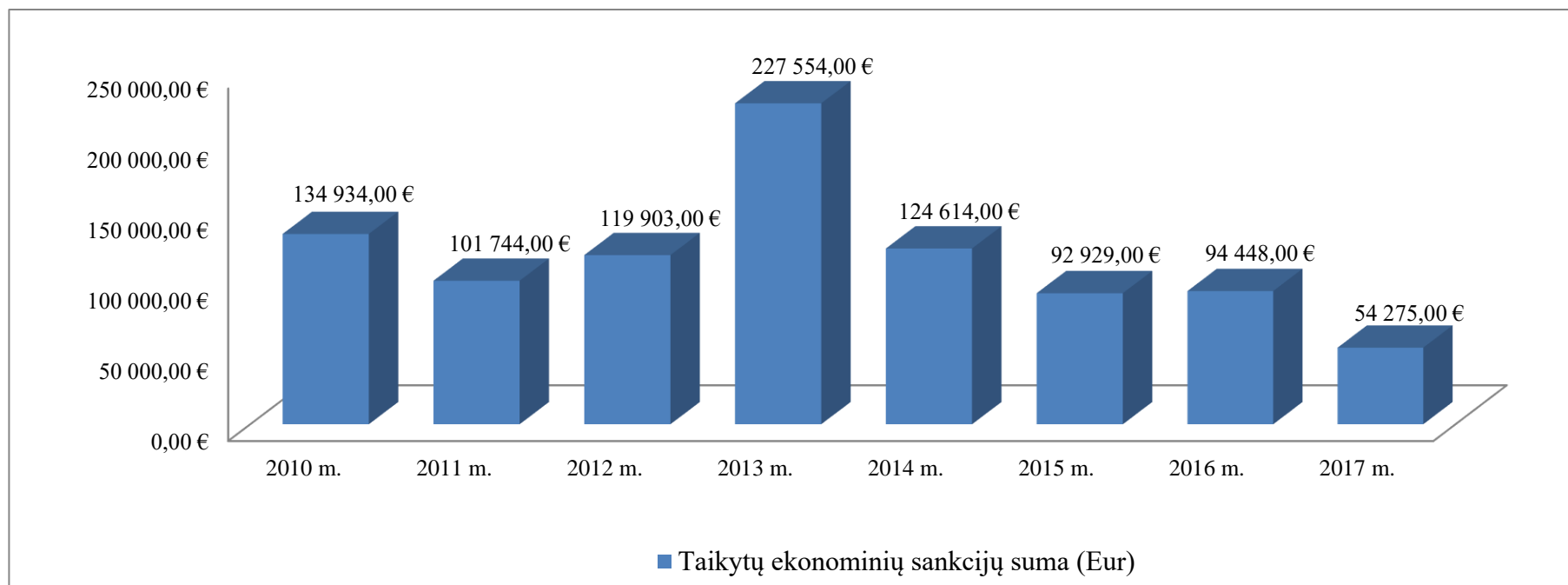


Tyrimų pagal pareiškėjų skundus ir institucijų iniciatyva skaičius



Nuo 2010 m. iki 2018 m., iš viso buvo atlikta 1 530 tyrimai pagal pareiškėjų skundus dėl pažeidimų susijusių su reklama. Savo iniciatyva buvo nagrinėti bei atlikti 1130 tyrimai, kas sudaro 42 % nuo visų gautų skundų.

Nuo 2010 m. iki 2018 m. institucijos iš viso pritaikė ekonominių sankcijų už 950 401 eurų.



Lietuvos advokatūra per 2017 m ir 2018 m. I pusmetį buvo atliekamas vienas tyrimas susijęs su reklamos srityje kylančiomis problemomis, dėl advokato padėjėjos veiksmų, kadangi advokato padėjėja socialinio tinklalapio „Facebook“ paskyroje „Advokato (vardas, pavardė) paslaugos“ ir savo asmeninėje tinklalapio paskyroje naudojo advokato vardą. Advokato padėjėja pašalino galimai klaidinančią užrašą iš internetinių tinklalapių, pradėjus tyrimą dėl jos drausminės atsakomybės. 2017 m. Advokatų garbės teismas, išnagrinėjęs advokato padėjėjos drausmės bylą, priėmė sprendimą apsiriboti advokato padėjėjos drausmės bylos svarstymu ir drausminės nuobaudos jai neskirti.

Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba per 2017 m. išnagrinėjo per 200 pranešimų (skundų) dėl galimų Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimų. Išnagrinėjus pranešimus (skundus) dėl dalies jų galimų pažeidimų nenustatyta (ko ne 80 atvejų). Lietuvos Respublikos

konkurencijos taryba įvertinusi turimus duomenis įspėjo reklamos davėjus apie galimus pažeidimus (tokių įspėjimų per 2017 m. buvo 56) bei atsižvelgus į tai, kad pareiškėjų pranešimuose nurodytos aplinkybės galėtų būtų vertinamos kaip mažareikšmės pradėti tyrimus atsisakyta.

Per 2017 m. pareiškėjai į Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybą dažniausiai kreipėsi pranešdami apie neteisingą reklamoje pateikiamą informaciją bei dėl galimai neišsamios informacijos reklamoje, taip pat pareiškėjai aktyviai pranešdavo apie galimai nepagrįstus aukščiausiojo laipsnio būdvardžius.

Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba ekspertai domėjosi klaidinančių nekilnojamo turto reklamų skleidimo, žiniasklaidoje skelbiamos informacijos teikimu, bei pastebėjo, kad dalyje nekilnojamo turto reklamų sudaromas įspūdis, kad siūlomos gyvenamosios paskirties patalpos, tačiau iš tiesų parduodamos negyvenamosios – viešbučių, svečių ar poilsio paskirties patalpos ar net jų dalys. Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba siekdama, kad į galimas problemas būtų reaguojama kuo operatyviau ir kuo didesniu mastu, kreipėsi į 140 adresatų, pabrėždama, kad NT reklamose turi būti aiškiai ir tiksliai nurodoma siūlomų įsigyti patalpų bei statinių paskirtis.

Taip pat 2017 m. Konkurencijos tarybos ekspertai daug dėmesio skyrė reklamoms, kuriose pateikiami kainų palyginimai. 2016-07-05 Konkurencijos taryba patvirtino Rekomendacijas dėl kainų palyginimo reklamose. Siekdama išsiaiškinti, ar Rekomendacijos reklamos davėjams suprantamos, siekdama įvertinti, ar reklamose nurodant palyginamąsias kainas vartotojams suteikiama jose žadama nauda, buvo kreiptasi į 99 reklamos davėjus. Įvertinus pateiktus paaiškinimus ir duomenis, Konkurencijos tarybos ekspertai nustatė, kad ne visais atvejais reklamos davėjų pateikti duomenys pagrindė reklamų teisingumą. Atsižvelgiant į tai, reklamos davėjams buvo išsiųstos rekomendacijos dėl kainų palyginimo reklamose ir pasiūlė skleisti tik teisingą bei išsamią informaciją.

2017 m. Konkurencijos tarybos ekspertai patikrino 70 produktų reklamas, deklaruojančias įvairias gydomąsias, sveikatingumo savybes. Stebėsenos metu didžiajai daliai patikrintų įmonių nepateikus nepriklausomų mokslinių tyrimų studijų ar kitu duomenų, kurie patvirtintų reklamose nurodomas produktų savybes, nustatyta, kad kas ketvirta reklama galimai klaidino vartotojus.

Per 2017 m. Konkurencijos taryba nustatė 4 Reklamos įstatymo pažeidimus ir minėtą įstatymą pažeidusioms įmonėms skyrė nuo 1 230 iki 8 688 Eur dydžio baudas.

Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentas (toliau – Departamentas) per 2017 m. atliko 240 tyrimų dėl Alkoholio kontrolės įstatymo (toliau – AKĮ) ir/ar Tabako, tabako gaminių ir su jais susijusių gaminių kontrolės įstatymo (toliau – TKĮ) reglamentuojamų reklamos apribojimų, iš jų 206 kartus pirminė informacija apie ūkio subjektų galimai padarytus AKĮ ir TKĮ reglamentuojamus reklamos apribojimų pažeidimus nepasitvirtino. Taip pat per 2017 m. Departamentas 21 atveju ūkio subjektus įspėjo dėl galimo jų (ar jų naudai) skleidžiamos reklamos neatitikimo AKĮ ir/ar TKĮ reikalavimams.

Išanalizavus 2017 metų nagrinėtų AKĮ ir/ar TKĮ pažeidimų sudėtis, Departamentas daro išvada, kad dažniausiai yra nustatyti AKĮ 29 str. 1 d. nuostatų pažeidimai (AKĮ 29 str. 1 d. nustatyta, kad Lietuvos Respublikoje draudžiama visų formų alkoholio reklama skirta vaikams ir paaugliams iki 18 metų (1 p.), kurioje dalyvauja asmenys iki 18 metų (2 p.), kurioje dalyvauja sportininkai, gydytojai, politikai, meno ir mokslo įžymybės, kiti garsūs visuomenės veikėjai, naudojamas jų asmuo, vardas, atvaizdas ir pan. (3 p.), siejanti alkoholio vartojimą su fizinės būklės pagerėjimu (4 p.), siejanti alkoholio vartojimą su vairavimu (5 p.), siejanti alkoholio vartojimą su psichinės veiklos pagerėjimu, asmeninių problemų sprendimu (6 p.), siejanti alkoholio vartojimą su stimuliuojančiomis, raminančiomis ir kitomis gydomosiomis savybėmis (7 p.), siejanti alkoholio vartojimą su socialine sėkme, padidintu seksualiniu aktyvumu (8 p.), palankiai vaizduojanti nesaikingą alkoholinių gėrimų vartojimą ar neigiamai atsiliepianti apie abstinenciją ir

saikingumą (9 p.), pateikianti didesnę tūrinę etilo alkoholio koncentraciją kaip alkoholinių gėrimų privalumą (10 p.), pateikianti neteisingą ir (ar) klaidinančią informaciją apie alkoholinius gėrimus (11 p.) Dažniausiai buvo nustatomi AKĮ 29 str. 1 d. 3, 6, 11 p. pažeidimai.

Departamento gaunamų skundų dėl galimų AKĮ ir/ar TKĮ reglamentuojamų reklamos apribojimų skaičius yra sumažėjęs lyginant su 2016 metais, tačiau vis dar išlieka pakankamai didelis. Departamento nuomone, pokyčiai sietini su išaugusiu piliečių sąmoningumu, visuomenės informuotumu, ūkio subjektų sąmoningu vykdant AKĮ ir/ar TKĮ reikalavimus;

Departamentas už ūkio subjektų padarytus AKĮ ir TKĮ reglamentuojamų reklamos apribojimų pažeidimus šių ūkio subjektų atžvilgiu tik kaip paskutinę priemonę taiko ekonomines sankcijas (baudas) AKĮ ir/ar TKĮ nustatyta tvarka. Per 2017 m. ekonominės sankcijos už minėtus reklamos pažeidimus ūkio subjektų atžvilgiu buvo taikytos 11 kartų, o per 2018 m. I pusmetį – 2 kartus.

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba 2016 m. ir 2017m. I pusmetį atliko 15 tyrimų, susijusių su reklamos sritimi. Tyrimai buvo atlikti dėl galimo Lietuvos Respublikos moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 straipsnio 2 punkte įtvirtintos pareigos prekių pardavėjui, gamintojui ar paslaugų teikėjui (įpareigojančios, suteikti vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuojant, užtikrinti, kad reklamoje nebūtų išreiškiamas pažeminimas, paniekinimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas dėl asmens lyties bei formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą) nuostatos nesilaikymo.

Nei vienas iš Lygių galimybių kontrolieriaus tarnybos priimtų sprendimų dėl minėtų sprendimų nebuvo apsiųstas teismui.

Žurnalistų etikos inspektorius tarnyba nustatė, kad per 2017-2018 m. I pusmetį iš viso buvo pradėta 10 tyrimų. Daugiausia skundų sulaukta dėl išorinių lauko reklamų turinio — 6 skundai (2017 m.). Nei vienu iš šių atvejų pažeidimai lauko reklamose nebuvo nustatyti.

Žurnalistų etikos inspektorius tarnyboje kiti tyrimai buvo vykdomi dėl visuomenės informavimo priemonėse paskelbtų reklamų, 2017 m. atlikus tyrimą nustatytas 1 pažeidimas socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje „Keulė Rūkė“ skelbiamose reklamose. Nustatyta, kad šiose reklamose naudojamas seksualizuotas, apnuogintas ir sudaiktintas moters kūno vaizdavimas ir tokia informacija priskirtina neigiamą poveikį nepilnamečiams darančios informacijos kategorijai — atitinka Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo 4 straipsnio 2 dalies 4 punkte (erotinio pobūdžio) ir 11 punkte (informacija, kuria skatinamas žmogaus orumą žeminantis elgesys) nustatytus kriterijus. Atsižvelgiant į tai, kad tokios informacijos skleidimas yra ribojamas, žurnalistų etikos inspektorius minėtos paskyros valdytojo pareikalavus nedelsiant pažymėti informaciją ir skleisti ją taip, kaip nustato Neigiamą poveikį nepilnamečių vystymuisi darančios viešosios informacijos žymėjimo ir skleidimo tvarkos aprašas, patvirtintas Vyriausybės 2016-09-21 nutarimu Nr. 942 (prieš reklamas turi būti matomas įspėjamasis užrašas „Informacija gali daryti neigiamą poveikį asmenims iki 14 metų arba indeksu „N-14U“). Paskyros valdytojas, gavęs žurnalistų etikos inspektorius kreipimąsi, informaciją pasalino.

Per 2018 m. I pusmetį buvo gautas 1 skundas dėl skelbimų portale paskelbtos reklamos turinio ir atlikus jo tyrimą, Žurnalistų nustatytas Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo pažeidimas. Jo esmė — be įspėjamųjų užrašų skelbta šio įstatymo 4

straipsnio 2 dalies 4 punkte (erotinio pobūdžio) atitinkanti informacija. Žurnalistų etikos inspektorius kreipėsi į interneto svetainės prieglobos paslaugas teikėją, kuris informacija pasalino.

Žurnalistų etikos inspektorius tarnyba pastebėjo, kad per keletą pastarųjų metų išryškėjo tendencija, jog dažniausiai žurnalistų etikos inspektorius vertinimui pateikiamas moteriško apatinio trikotažo, lažybų bendrovių, alkoholio, maisto arba maitinimo įstaigų reklamos turinys. Pareiškėjus labiausiai piktnašus seksistinio pobūdžio reklamos, kai moteris vaizduojama kaip sekso objektas, išreiškiamas stereotipinis požiūris į moters kūną, reklamose naudojami erotinio pobūdžio motyvai. Vertinant reklaminį turinį dažniausiai konstatuojamas Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo pažeidimas, kai skleidžiama reklamine informacija, kuri yra ribojama dėl to, nes priskirtina neigiamą poveikį nepilnamečiams darančios informacijos kategorijai. Dažniausiai toks ribojimas nustatomas dėl atitikimo erotinio pobūdžio informacijos kategorijai.

2018 metais Žurnalistų etikos inspektorius tarnyboje stebimas skundų dėl reklamos turinio mažėjimo tendencija. Manytina, jog tai gali būti susiję su teisinio reguliavimo pokyčiais — nuo 2018 m. sausio 1 d. įsigaliojus Alkoholio kontrolės įstatymui, įsigaliojo visiškas alkoholio reklamos draudimas.

Lietuvos radijo ir televizijos komisija (toliau – Komisija) didžioji dalis Komisijoje gautų skundų buvo susiję su radijo ir televizijos programų transliuotojų transliuojamu turiniu, kuriuose daugiausiai buvo skundžiamasi dėl netinkamo programų, ypač vaidybinių filmų, serialų ir atskirų programų indeksavimo ir transliacijos laiko, draudžiamos ar ribojamos neigiamą poveikį nepilnamečių vystymuisi darančios viešosios informacijos transliavimo. Skundai, susiję su reklamos sritimi, užima palyginti nedidelę dalį visų gaunamų skundų Komisijoje. Dalis gautų skundų buvo susiję su draudimu VŠĮ „Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija“ (toliau — LRT) transliuoti komercinius audiovizualinius pranešimus. Tačiau, Komisija nurodo, kad LRT veiklą, *inter alia* atsakomybes už LRT transliuojamas programas klausimus, reglamentuoja Lietuvos Respublikos Lietuvos nacionalinio radijo ir televizijos įstatymas (toliau — LRT įstatymas), kuris yra *lex specialis* Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo atžvilgiu. Komisija pažymi, kad LRT jokia apimtimi nėra pavaldi Komisijai, taip pat Komisijai nėra suteikta įgaliojimai prižiūrėti, kaip įgyvendinamas LRT įstatymas. LRT įstatymo 12 straipsnyje įtvirtinta, kad už LRT veiklą, LRT parengtas ir transliuojamas programas atsako LRT generalinis direktorius. Už šio įstatymo nuostatų laikymosi priežiūrą atsakinga LRT Taryba, Atsižvelgiant į tai, kad įstatymų leidėjas nesuteikė Komisijai įgaliojimų užtikrinti LRT įstatymo nuostatų laikymosi, Komisija ne visais atvejais yra kompetentinga nagrinėti gaunamus skundus. Papildomai Komisija pažymėjo, kad siekdama bendradarbiauti su radijo ir televizijos programas rengiančiais audiovizualinių paslaugų rinkos atstovais Komisija teikia konsultacijas ir metodinę pagalbą prižiūrimiems ūkio subjektams *inter alia* ir LRT. Dažniausiai konsultacijos buvo teikiamos televizijos reklamos ir kitų komercinių audiovizualinių pranešimų transliavimo klausimu.

Lošimų priežiūros tarnyba prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos (toliau – Priežiūros tarnyba) per 2017 m. atliko 15 patikrinimų susijusių su draudžiama azartinių lošimų reklama, per 2018 m. I pusmetį atliko 2 tokio pobūdžio patikrinimus. Priežiūros tarnyba pastebėjo, kad 2017–2018 metais ženkliai sumažėjo tokio pobūdžio skundų ir pažeidimų, didžioji skundų dalis susijusi su azartinių lošimų reklama skleidžiama interneto svetainėse, priklausančiose ne Lietuvos Respublikoje esantiems/veikiantiems fiziniams ar juridiniams asmenims. Priežiūros tarnyba nurodė, kad 2017 m. dėl reklamos pažeidimų buvo surašyta 15 administracinio teisės pažeidimo protokolų, o 2018 m. I pusmetį 1 pažeidimas, kuris pripažintas mažareikšmiu.

Lietuvos Bankas per 2017-2018 m. I pusmečio laikotarpį gavo informacijos apie 38 galimai netinkamos finansinių paslaugų reklamos atvejus, iš kurių didžioji dalis (34 atvejai) buvo susiję su vartojimo kredito sutarties reklama. 28 iš nurodytų 34 atvejų buvo gauti vartotojų arba kitų finansų rinkos dalyvių pranešimai dėl galimai netinkamos vartojimo kredito reklamos. Kiti finansinių paslaugų teikėjai, dėl kurių galimai netinkamos reklamos sulaukta skundų, buvo elektroninių pinigų įstaigos, mokejimų įstaigos, bankai.

Didžioji dalis Lietuvos banko nustatomų ir nagrinėjamų galimai netinkamos finansinių paslaugų reklamos atvejų yra susiję su vartojimo kredito sutarties reklama.

Lietuvos banko nuomone, vartojimo kreditai vis dar išlieka viena aktyviausiai įvairiais būdais (t. y. internete, televizijoje, radijuje, elektroniniu paštu, trumposiomis SMS žinutėmis ir kt.) vartotojams siūlomų finansinių paslaugų. Intensyvi vartojimo kredito davėjų ir tarpusavio skolinimo platformos operatorių konkurencija dėl mokius klientų, 2017 – 2018 m I pusmečio laikotarpiu lėmė nemažėjantį galimai netinkamos vartojimo kredito sutarties reklamos atvejų skaičių.

Lietuvos bankas, vykdydamas įstatymo 28 straipsnio 1 dalyje nustatytą vartojimo kredito teikimo veiklos, vartojimo kredito tarpininko veiklos ir tarpusavio skolinimo platformos operatoriaus veiklos priežiūrą be kita ko, prižiūri, ar viešojoje erdvėje skleidžiama vartojimo kredito sutarties reklama atitinka įstatymo 4 straipsnio reikalavimus, kurie detalai paaiškinti Finansinių paslaugų reklamos gairese, patvirtintose Lietuvos banko Priežiūros tarnybos direktoriaus 2012-09-07 sprendimu Nr. 241—75.

Lietuvos bankas pažymi, kad atsižvelgus į pakartotinius galimai netinkamos vartojimo kredito sutarties reklamos atvejus, Lietuvos banko Priežiūros tarnybos direktoriaus sprendimu dviem vartojimo kreditus teikiančioms bendrovėms 2018 m. I pusmetį pritaikytos poveikio priemonės (skirta atitinkamai 2 188 eurų ir 1 853 eurų bauda).

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2017 m. reklamos srityje buvo gauti 87 skundai, didžioji dalis gautų vartotojų skundų, susijusių su reklamos sritimi buvo gauti dėl nepageidaujamos reklamos teikiamos vartotojams trumposiomis žinutėmis, elektroniniu paštu ar paštu. Už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimus skirtos sankcijos nuo minimalios 300 Eur iki 4 488 Eur. Daugiausia sankcijų skirta už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 13 ir 14 straipsnių nuostatų nesilaikymą.

2017 m. buvo gauta vartotojų nusiskundimų dėl skleidžiamos, vartotojų teigimu, neetiškos reklamos. Kiekvienais metais Vartotojų teisių apsaugos tarnyba sulaukia vartotojų skundų dėl skleidžiamos amoralios, neetiškos, gąsdinančios ir pan., reklamos. Nors šis skundų skaičius sudaro mažiausią procentinę išraišką, vertinant visus su reklama susijusius skundus, šios reklamos srities vertinimas yra sudėtingiausias.

2017 m. itin daug visuomenės dėmesio sulaukė UAB „Kiaulių valdovai“ reklama. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba gavo Vilniaus apygardos prokuratūros persiustą vartotojų prašymą, kuriame prašoma įvertinti bendrovės UAB „Kiaulių valdovai“ socialinio tinklo paskyroje „Facebook“ skleidžiamos reklamos atitikimą Reklamos įstatymo nuostatom.

Vartotojų prašymo pagrindu Tarnyba kreipėsi į bendrovę, prašydama pateikti paaiškinimus. UAB „Kiaulių valdovai“ informavo, kad tokio pobūdžio reklamą socialiniame tinkle skelbia siekdama kviešti visuomenę diskusijai ir skatinti kritiškai vertinti idėjas, tačiau nesiekia kurstyti neapykantos su religija



susijusio asmens atžvilgiu, taip pat nesiekia pažeminti ar paniekinti religinius simbolius.

Reklamos įstatymo 4 straipsnio 2 dalies 1 punkte nustatyta, kad reklama yra draudžiama, jeigu joje pažeidžiami visuomenės moralės principai, o 10 punkte nustatyta, jog draudžiama tokia reklama, kurioje niekinami Lietuvoje įregistruotų religinių bendruomenių religiniai simboliai. Pažymėtina, jog sprendžiant, ar bendrovės veiksmai prieštarauja visuomenės moralės principams, būtina atsižvelgti į tai, kokie padariniai gali atsirasti ar atsiranda ne tik visuomenei, valstybei, bet ir atskiriems asmenims.

Tyrimo metu, vertinant bendrovės „Facebook“ paskyroje skelbtą vaizdinę ir rašytinę informaciją, buvo nustatyta, kad UAB „Kiaulių valdovai“, siekdama ekonominės naudos, skleidė reklamą, kurioje Lietuvoje įregistruotų religinių bendruomenių religinius simbolius pateikė niekinamai ir pažeidė visuomenės moralės principus.

Įvertinus tyrimo metu nustatytas aplinkybes, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos sprendimu UAB „Kiaulių valdovai“ skirta 1 500 EUR bauda.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba atliko tyrimą dėl UAB „SKYTECH.LT“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatų pažeidimo, neteisėtai reklamuojant šaltąjį nešaunamąjį ginklą.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba gavo vartotojo prašymą, kuriame vartotojas informavo apie elektroniniu paštu gautą bendrovės UAB „SKYTECH.LT“ reklamą, siūlančią kompiuterinio žaidimo „Counter Strike“ mėgėjams įsigyti tikrus aštrius peilius.

Tyrimo metu bendrovė informavo, kad parduodamus peilius reklamavo tinklalapyje www.skytech.lt, taip pat siuntė reklamą registruotiems bendrovės naujienlaiškį prenumeruojantiems vartotojams. Bendrovė pažymėjo, kad vartotojui siųstame naujienlaiškyje buvo aiškiai nurodoma, jog minėti peiliai yra kolekciniai, o ne koviniai ginklai.

Įvertinusi tyrimo aplinkybes, Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba kreipėsi į Lietuvos policijos kriminalistinių tyrimų centrą, kuris pateikė išvadą, kad vienas iš pateiktų peilių („FADECASE M9 Bayonet“) yra pramoninės gamybos durtuvas – D kategorijos šaltasis nešaunamasis ginklas.

Aiškindama savo poziciją, UAB „SKYTECH.LT“ nurodė, kad minėtas peilis nebuvo išskirtinai reklamuojamas bei pažymėjo, kad gamintojas klaidingai informavo, jog aptariamai peiliai yra suvenyrai, todėl bendrovė nežinojo ir negalėjo žinoti, kad šie peiliai gali būti pripažinti ginklais.

Įvertinus tyrimo metu nustatytas aplinkybes, atsižvelgiant į tai, kad tyrimo metu bendrovė bendradarbiavo, teikė prašomus dokumentus bei nutraukė peilio reklamą, už Reklamos įstatymo nuostatų pažeidimą bendrovei skirta 290 eurų bauda.