



VALSTYBINĖ VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBA

VALSTYBINĖS VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS TARNYBOS KOMISIJA

NUTARIMAS

BYLOJE DĖL UAB „MAMOS ŽURNALAS“ LIETUVOS RESPUBLIKOS REKLAMOS ĮSTATYMO PAŽEIDIMO

2016-05-05 Nr.12R-51

Vilnius

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, susidedanti iš Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus Felikso Petrausko (Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos pirmininkas), direktoriaus pavaduotojos Neringos Baronienės, Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vedėjos Mildos Deimantės, Teisės skyriaus vedėjos Audronės Kaušylienės, Ekonominių interesų departamento direktoriaus Mareko Močiulskio,

sekretoriaujant Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Nesąžiningos komercinės veiklos ir reklamos skyriaus vyriausiajai specialistei Ditei Anilionienei,

dalyvaujant UAB „Mamos žurnalas“ atstovėms (*duomenys neskelbtini*); nedalyvaujant vartotojui (*duomenys neskelbtini*), kuriam buvo tinkamai ir laiku pranešta apie bylos nagrinėjimo vietą ir laiką,

vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 25 straipsnio 2 dalimi, bylų nagrinėjimo posėdyje išnagrinėjo Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybos persiustą (*duomenys neskelbtini*) prašymą dėl UAB „Mamos žurnalas“ (įmonės kodas –125461020, adresas – Žalgirio g. 90-407, Vilnius; Kareivių g. 6-215 Vilnius) reklamos naudojimo reikalavimų nesilaikymo.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija n u s t a t o

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2015-12-11 gavo Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybos raštą dėl leidinio „Mamos žurnalas“ (2015 m., Nr. 8) publikacijos „Nestandartinė lova“. Rašte nurodyta, jog Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnyba gavo (*duomenys neskelbtini*) skundą dėl minėtoje publikacijoje paskelbtos nuotraukos (*duomenys neskelbtini*) vaiko nuotrauka) neteisėto pavišimo. Minėtame rašte nurodyta, jog atlikus (*duomenys neskelbtini*) skundo tyrimą, nustatyta, kad publikacijoje pateikiama informacija apie nestandartines lovas, galimas jų modifikacijas, taip pat publikacijos tekste skelbiama informacija apie UAB „Lova.lt“ („Taigi fantazuoti galima net ir lovos tema. Jūsų fantazijas pasirengę išpildyti lova.lt kolektyvas“), skelbiamas UAB „Lova.lt“ logotipas ir bendrovės interneto tinklalapio adresas www.lova.lt, publikacijai iliustruoti panaudotas vaiko, gulinčio ant lovos, atvaizdas. Rašte nurodyta, jog šių duomenų visuma leidžia įtarti, kad publikacijoje yra paslėptos reklamos požymių. Rašte taip pat nurodyta, kad asmens atvaizdo naudojimas reklamoje be specialaus sutikimo yra draudžiamas.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2015-12-16 gavo Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybos elektroniniu paštu persiustą vartotojo (*duomenys neskelbtini*) skundo kopiją, kuris buvo pateiktas minėtai tarnybai.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2015-12-21 raštu Nr. 4-11684 kreipėsi į UAB „Mamos žurnalas“ ir paprašė pateikti motyvuotus paaiškinimus ir juos pagrindžiančius įrodymus dėl Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybos rašte bei (*duomenys neskelbtini*) skunde nurodytų aplinkybių, nurodyti sleistos informacijos tikslą bei užsakovą, nurodyti leidinio „Mamos

žurnalas“ (2015 m., Nr. 8) tiražą bei sklaidos mastą. Minėtu raštu taip pat buvo prašoma pateikti įrodymus, jog UAB „Mamos žurnalas“ turi (*duomenys neskelbtini*) sutikimą dėl jų vaiko atvaizdo naudojimo reklamoje.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2015-01-07 gavo UAB „Mamos žurnalas“ raštą, kuriame bendrovė pateikė paaiškinimus. UAB „Mamos žurnalas“ rašte nurodė, jog nesutinka, kad publikacija „Nestandartinė lova“, leidinyje „Mamos žurnalas“ (2015. Nr. 8), yra paslėpta reklama. Bendrovė nurodė, kad žurnale „Mamos žurnalas“ (2015 m. Nr. 8, tiražas – 9000 vnt., platinamas spaudos prekybos vietose) buvo publikuojamas straipsnis apie nestandartines lovas, galimas įvairias lovų modifikacijas. Bendrovė nurodė, jog siekiant pateikti kuo išsamesnę informaciją, rengiant straipsnį buvo konsultuojamasi su baldininkais, dėl ko straipsnio pabaigoje buvo įdėtas konsultavusios bendrovės logotipas. Rašte nurodyta, jog minėtame straipsnyje minima, kad gaminant lovą pagal individualų užsakymą gamintojai (turint omenyje, bet kuris skaitytojo pasirinktas gamintojas) pritaikys atitinkamą čiužinį gaminamai lovai. Bendrovė pažymėjo, kad straipsnyje nėra kalbama apie konkretaus gamintojo gaminamą produkciją. Ant straipsnyje panaudotos nuotraukos, kurioje yra vaiko atvaizdas, nebuvo uždėtas jokios baldų gaminančios bendrovės ženklas, kas galėtų leisti suprasti, jog nuotraukoje esanti lovelė yra UAB „Lova It“ gaminy, o vaiko atvaizdas nuotraukoje reklamuoja konkretaus gamintojo lovelę.

UAB „Mamos žurnalas“ rašte nurodė, jog rengdama straipsnį, nepriklausomai kokia tema, visada pasitelkia konkretų informacijos tiekėją, kuris būtų specialistas rašoma tema. Atsižvelgiant į tai, straipsnio gale arba pradžioje yra nurodomas konkretaus asmens vardas, pavardė, pareigos, galimi kontaktai, darbovietė bei bendrovės logotipas. Bendrovė nurodė, jog šiuo atveju UAB „Mamos žurnalas“ savo iniciatyva kreipėsi į UAB „Lova It“ dėl informacijos pateikimo ir kaip informacijos šaltinį nurodė minėtą bendrovę, todėl tai negali būti vertinama kaip reklamos užsakovo interesais skleidžiama informacija. Bendrovė paaiškino, jog neturėjo ne tik tikslo reklamuoti, bet ir kaip tariamas reklamos skleidėjas iš UAB „Lova It“ negavo jokio atlyginimo už logotipo paskelbimą po minėtu straipsniu. Bendrovė nurodė, jog rubrika „Vaiko kambarys“ žurnale atsirado prieš 15 metų. Per minėtą laikotarpį buvo kalbinama daugybę baldų gamintojų, dizainerių, interjero specialistų – kurie suteikdavo informacijos apie tai, kaip įdomiau, išradingiau įrengti vaiko kambarį.

UAB „Mamos žurnalas“ rašte nurodė, jog siekdami, kad žurnalas būtų spalvingesnis, nuotaikingesnis, prie publikuojamų straipsnių neatlygintinai įdėda fotografų ar skaitytojų asmenines atsiųstas nuotraukas, nurodydami, kas yra nuotraukos autorius. Bendrovė pažymėjo, kad bendradarbiaudama su fotografais, naudojami jų specialiai sudarytais nuotraukų archyvais, kuriuose talpinamos žemos rezoliucijos nuotraukos (tik pasižiūrėjimui). Išsirinkusi temiškai tinkamą nuotrauką, bendrovė siunčia užklausą fotografui dėl pageidaujamos nuotraukos panaudojimo iliustruojant konkretų straipsnį. Bendrovė nurodė, jog fotografas, siųsdamas spaudai tinkamo formato ir raiškos nuotrauką, užtikrina, kad jis - nuotrauką sukūręs asmuo, jos autorių ir teisių turėtojas, turi išimtinės teises leisti publikuoti atsiųstą nuotrauką ir tuo pačiu yra suderinęs nuotraukos publikavimo detales su nuotraukoje esančiu asmeniu ar jo įstatyminiu atstovu, jei tai nepilnamečio asmens atvaizdas. Rašte nurodyta, jog Lietuvos Aukščiausiasis Teismas vienoje iš nutarčių yra pasisakęs, kad fotografui turi būti aiškiai žinoma fotografuojamo asmens nuostata dėl tolimesnio nuotraukų viešinimo.

UAB „Mamos žurnalas“ nurodė, jog nuotraukos, kuri išspausdinta šalia straipsnio „Nestandartinė lova“, autorių teisių turėtojas yra fotografė (*duomenys neskelbtini*), kuri ir davė sutikimą šią konkrečią nuotrauką spausdinti žurnale, užtikrindama, kad ji yra nuotrauką sukūręs asmuo ir turi išimtinės teises leisti publikuoti atsiųstą nuotrauką ir tuo pačiu yra suderinusi klausimus dėl nuotraukos publikavimo su nuotraukoje esančiu asmeniu ar jo atstovu, jei tai nepilnamečio asmens atvaizdas. Bendrovė pažymėjo, jog minėtos mergaitė nuotrauka jau buvo publikuojama anksčiau ir dėl šios publikacijos leidinyje „Mamos žurnalas“ (2014 m., Nr. 12) mergaitės įstatyminė atstovė – motina- buvo davusi fotografai sutikimą, o kai nuotrauka buvo išspausdinta – liko labai patenkinta. Kaip fotografė paaiškino 2015-10-30 elektroniniame laiške, dėl to, kad motinos sutikimą jau buvo gavusi anksčiau, šiuo atveju pakartotinai nederino nuotraukos

publikavimo su mergaitės atstovais ir apie tai leidėjo neinformavo. Rašte bendrovė nurodė, jog dėl pirmos publikuotos vaiko nuotraukos straipsnyje (*duomenys neskelbtini*) ar jos sutuoktinis nereiškė nepasitenkinimo ir nieko blogo nežvelgė.

UAB „Mamos žurnalas“ nurodė, jog labai apgailestauja dėl susiklosčiusios situacijos ir pažymėjo, kad asmeniškai atsiprašė šeimos dėl nesusipratimo. Rašte nurodyta, jog bendrovė tiek telefonu, tiek elektroniniu paštu siūlė susitaikyti, tačiau gavo atsakymą, kad pareiškėjas reikalauja materialinio atlygio, t.y. nestandartinės lovos. Rašte nurodyta, jog bendrovė šio reikalavimo negalėjo išpildyti, todėl asmenys kreipėsi į priežiūrą vykdančias institucijas.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2016-01-11 priėmė nutarimą Nr. 12R-4 „Pradėti nagrinėjimo procedūrą dėl UAB „Mamos žurnalas“ galimo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimo”.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba 2016-01-13 raštu Nr. 4-4-192 kreipėsi į UAB „Mamos žurnalas“ ir paprašė pateikti leidinio „Mamo žurnalas“ (20156 m. Nr. 8) originalą.

UAB „Mamos žurnalas“ 2016-02-25 pateikė leidinio „Mamo žurnalas“ (20156 m. Nr. 8) originalą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija 2016-05-05 posėdyje išklaušė bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus.

UAB „Mamos žurnalas“ redaktorė nurodė, jog bendrovė nesiekė tikslingai publikuoti mergaitės nuotraukos straipsnyje, neturint tėvų sutikimo.

UAB „Mamos žurnalas“ vadovė nurodė, jog bendradarbiaudama su fotografais, naudojami jų specialiai sudarytais nuotraukų archyvais, kuriuose talpinamos žemos rezoliucijos nuotraukos (tik pasižiūrėjimui). Išsirinkusi temiškai tinkamą nuotrauką, bendrovė siunčia užklausą fotografui dėl pageidaujamos nuotraukos panaudojimo, iliustruojant konkretų straipsnį. Bendrovė nurodė, jog fotografas, siųsdamas spaudai tinkamo formato ir raiškos nuotrauką, užtikrina, kad jis turi tėvų sutikimą dėl vaiko nuotraukos panaudojimo reklamoje. Bendrovės atstovė nurodė, jog nagrinėjamu atveju fotografė taip pat patikimo, jog mergaitės, kurios nuotrauka buvo patalpinta straipsnyje „Nestandartinė lova“, tėvų sutikimas yra duotas. UAB „Mamos žurnalas“ atstovė pažymėjo, jog žurnalas per 15 metų veiklos laikotarpį tik antrą kartą yra susidūręs su tokia situacija, kai reklamoje panaudojamas asmens atvaizdas reklamoje be jo sutikimo. UAB „Mamos žurnalas“ atstovė nurodė, jog labai apgailestauja dėl susiklosčiusios situacijos ir pažymėjo, kad asmeniškai atsiprašė šeimos dėl nesusipratimo, tačiau mergaitės tėvai pareikalavo materialinio atlygio, t.y. nestandartinės lovos.

UAB „Mamos žurnalas“ redaktorė nurodė, jog nagrinėjamu atveju bendrovė neturėjo rašytinio nepilnametės mergaitės tėvų sutikimo naudoti vaiko atvaizdą reklamoje. Bendrovės atstovė nurodė, jog iki šiol pasitikėjo fotografės žodžiu teikiama informacija, jog tėveliai, kurių vaikų nuotraukos yra siunčiamos bendrovei, sutikimą dėl vaiko nuotraukos panaudojimo žurnale yra davę. Bendrovės atstovė pažymėjo, kad nuo šiol iš fotografų reikalaus rašytinių tėvų sutikimų dėl vaikų nuotraukos panaudojimo reklamoje.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar mergaitės tėvai kreipėsi į UAB „Mamos žurnalas“ dėl neturtinės žalos atlyginimo, UAB „Mamos žurnalas“ vadovė nurodė, jog mergaitės tėvai pareikalavo materialinio atlygio, t.y. nestandartinės lovos iš UAB „Lova.lt“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymėjo, jog dauguma tėvų, kurie dalyvauja vaikų fotosesijoje ir duoda sutikimą dėl vaiko atvaizdo naudojimo žurnale „Mamos žurnalas“, mano, kad nuotrauka bus publikuojama pačiame leidinyje ar ant minėto žurnalo viršelio, tačiau nesitiki, kad nuotrauka bus naudojama komercinėje reklamoje.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijai paklausus, ar UAB „Mamos žurnalas“ sutinka, jog leidinio „Mamos žurnalas“ publikacijoje „Nestandartinė lova“ buvo skleidžiama paslėpta reklama, UAB „Mamos žurnalas“ redaktorė nurodė, jog sutinka, tačiau atkreipė dėmesį, kad UAB „Mamos žurnalas“ negalvojo, jog pateikiamas straipsnis gali būti laikomas kaip reklaminis. Atstovė nurodė, jog dauguma bendrovių šiais laikais atsisako nemokamai duoti interviu apie tam tikrus produktus, todėl už tai prašo straipsnyje nurodyti bendrovės logotipą ar kontaktinius duomenis. Atstovė pažymėjo, jog nagrinėjamu atveju buvo

paimtas interviu iš UAB „Lova.lt“, už kurį UAB „Mamos žurnalas“ negavo didelės naudos, t.y. bendrovė už šį straipsnį nesumokėjo pinigų, o UAB „Mamos žurnalas“ padovanojo baldų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymėjo, kad straipsnis, kuriame skleidžiama itin pozityvi pardavimus skatinanti informacija apie tam tikras prekes ar paslaugas, pateikiami straipsnyje minimų komercinės veiklos subjekto kontaktai ar logotipas, privalo būti pažymėtas žodžiu „Reklama“.

Ištyrusi bylos aplinkybes, pateiktus rašytinius įrodymus, išklausiusi bylos nagrinėjimo proceso dalyvių paaiškinimus, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija k o n s t a t u o j a

1. Dėl nagrinėjamos informacijos pripažinimo reklama

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 8 dalyje nustatyta, kad reklama – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2005-09-29 nutarime „Dėl Lietuvos Respublikos Farmacinės veiklos įstatymo 17 straipsnio (2002-06-04 redakcija) 4 dalies atitikties Lietuvos Respublikos Konstitucijai“ pažymėjo, kad „prekių ar paslaugų reklama – nesvarbu, ar ši veikla yra atlygintina, ar ne – visuomet yra tiesiogiai arba netiesiogiai siekiama skatinti naudoti tam tikras prekes ar naudotis tam tikromis paslaugomis“.

Atkreiptinas dėmesys, jog reklamos požymis, išskiriantis reklamą iš kitų informacijos rūšių, yra siekis daryti asmenims poveikį jiems renkantis naudotis tam tikromis paslaugomis, skatinti juos elgtis tam tikru būdu. Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas 2005-09-29 bylos Nr. 15/02 nutarime nurodė, kad „įstatymuose pateikiami nevienodi reklamos apibrėžimai. Tačiau visuose minėtuose teisės aktuose nurodomas svarbiausias reklamos požymis – reklama yra informacija, kuria siekiama padėti parduoti arba skatinti įsigyti prekes ar naudotis paslaugomis.“ Įstatymuose bei suformuotoje teismų praktikoje kaip esminis reklamos požymis, išskiriantis ją iš kitos informacijos, yra įtvirtintas specialus jos tikslas - daryti įtaką ekonominei elgsenai.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog siekiant nustatyti, ar informacija gali būti vertinama kaip reklama, turi būti konstatuotas skatinimo tikslas, t.y. turi būti nustatyta, kad ši informacija yra ar gali būti reikšminga vartotojui, priimant sprendimą dėl produkto įsigijimo, ir tokiu būdu ja siekiama daryti įtaką ekonominei elgsenai, skatinant jį naudotis tam tikromis prekėmis ar paslaugomis ar atsisakyti tam tikrų prekių (paslaugų) naudojimo.

Iš byloje pateiktos informacijos matyti, jog UAB „Mamos žurnalas“ leidinio „Mamos žurnalas“ (2015 m., Nr. 8) straipsnyje „Nestandartinė lova“ pateikiama informacija skatina vartotojus įsigyti būtent UAB „Lova.lt“ produkciją, taigi atitinka Lietuvos Respublikos reklamos įstatyme įtvirtintą reklamos sąvoką.

2. Dėl reklaminės veiklos subjekto nustatymo

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 straipsnio 15 dalyje nustatyta, kad reklamos paslaugų teikėjas – Lietuvos Respublikos, kitos Europos Sąjungos valstybės narės ar Europos ekonominės erdvės valstybės (toliau – valstybė narė) pilietis, kitas fizinis asmuo, kuris naudojasi Europos Sąjungos teisės aktuose jam suteiktomis judėjimo valstybėse narėse teisėmis, Lietuvos Respublikoje įsteigtas juridinis asmuo arba kitoje valstybėje narėje įsteigtas juridinis asmuo, kita organizacija ar jų filialai, užsienio valstybės juridinio asmens ar kitos organizacijos filialas, įsteigtas Lietuvos Respublikoje, teikiantys reklamos gamintojo, reklamos skleidėjo ar (ir) reklamos tarpininko paslaugas.

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 23 straipsnyje nustatytos reklaminės veiklos subjektų atsakomybės už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą. Minėto įstatymo 2 dalis nustato, jog reklamos paslaugų teikėjas atsako už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą tik tuo atveju, jeigu jis žinojo ar turėjo žinoti, kad naudojama šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkanti reklama arba šiame įstatyme nustatyti reikalavimai buvo pažeisti dėl jo veiksmų gaminant ar skelbiant reklamą, arba reklamos paslaugų teikėjas negali pateikti įrodymų, leidžiančių nustatyti reklamos davėją, t.y. asmenį, kurio iniciatyva ir interesais naudojama (užsakoma, gaminama, skleidžiama) reklama.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, jog iš byloje pateiktų įrodymų matyti, jog būtent UAB „Mamos žurnalas“ yra straipsnio „Nestandartinė lova“ rengėjas, todėl UAB „Mamos žurnalas“ laikoma reklamos paslaugų teikėja Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo prasme ir atsako už šiame įstatyme nustatytų reikalavimų neatitinkančios reklamos naudojimą, kadangi bylos nagrinėjimo metu nepateikė įrodymų, leidžiančių nustatyti reklamos davėją.

3. Dėl UAB „Mamos žurnalas“ skleistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 8 straipsnio 1 ir 2 dalies reikalavimams

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 8 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad paslėpta reklama draudžiama, o 2 dalyje nustatyta, kad reklama turi būti aiškiai atpažįstama pagal pateikimo formą, jeigu tikėtina, kad reklamos vartotojai visuomenės informavimo priemonėje skleidžiamos reklamos dėl jos pateikimo formos gali neatpažinti, tokia reklama turi būti pažymėta žodžiu „Reklama“.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad skleista reklama turi būti vertinama pagal vidutinio vartotojo suvokimą, kuris visuomenės informavimo priemonėje skaitydamas straipsnį dėl reklamos pateikimo formos bei žymėjimo gali neatskirti, ar straipsnyje pateikiama informacija yra objektyvi ir nešališka, ar priešingai - skleidžiama paslėpta reklama.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija pažymi, kad paslėpta reklama yra ypatinga reklamos rūšis – jos įtaka vartotojų sprendimams daroma tokiu būdu, kurio vartotojai, nesuprasdami reklaminio skleidžiamos informacijos pobūdžio, net neidentifikuoja. Taigi, pamatę bendrojo pobūdžio visuomenės informavimo priemonėje (žurnale) straipsnį, kuriame skleidžiama itin pozityvi pardavimus skatinanti informacija apie tam tikras paslaugas, vartotojai gali šią informaciją traktuoti kaip nešališką ir objektyvią, nesuprasti jos pateikimo tikrojo tikslo. Tokiu būdu vartotojų sprendimas dėl sandorio gali būti suformuotas nesąmoningai. Todėl paslėptos reklamos atvejai turi būti vertinami itin atidžiai.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba pažymi, kad Europos Sąjungos Teisingumo Teismas 2011-06-09 bylos Nr. C-52/10 sprendime konstatavo, kad Direktyvos 89/552/EEB 1 straipsnio d punktą reikia aiškinti taip, jog mokesčio ar kito panašaus atlygio buvimas nėra būtinas elementas, kad būtų galima nustatyti sąmoningą paslėptos reklamos pobūdį.

Nagrinėjamu atveju UAB „Mamos žurnalas“ leidinyje „Mamos žurnalas“ (2015 m. Nr. 8) 73 puslapyje buvo pateiktas straipsnis „Nestandartinė lova“, kuriame pateikiama informacija apie nestandartines lovas vaikams bei galimas įvairias lovų modifikacijas. Minėtame straipsnyje teigiamai atsiliepiama apie nestandartinių lovų privalumus ir jų pritaikymą individualiuose namuose. Straipsnio publikacijos gale skelbiama informacija: „Taigi fantazuoti galima net ir lovos tema. Jūsų fantazijas pasirengę išpildyti lova.lt kolektyvas“, skelbiamas UAB „Lova.lt“ logotipas ir bendrovės interneto tinklalapio adresas www.lova.lt. Atsižvelgiant į tai, Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba nesutinka su UAB „Mamos žurnalas“ rašte nurodyta pozicija, jog straipsnyje nėra kalbama apie konkretaus gamintojo gaminamą/siūlomą produkciją. Atkreiptinas dėmesys, jog straipsnyje pateikiama informacija tiesiogiai susijusi su konkrečiu ūkio subjektu ir jo gaminama individualia produkcija: „<...>galima pagaminti stalčių-žaislų dėžę.“; „<...>galima pagaminti lovą su

antra, išsitraukiančia miegojimo lova“; „Taigi fantazuoti galima net ir lovos tema. Jūsų fantazijas pasirenę išpildyti lova.lt kolektyvas“.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, daro išvadą, jog leidinio „Mamos žurnalas“ (2015 m. Nr. 8) 73 puslapyje skelbiama informacija yra reklama, kuri nebuvo pažymėta žodžiu „Reklama“, todėl dėl savo pateikimo formos galėjo poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui, t.y. paskatinti vartotojus įsigyti būtent UAB „Lova.lt“ produkciją.

Vadovaujantis aukščiau išdėstytais motyvais, Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija konstatuoja, jog UAB „Mamos žurnalas“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 8 straipsnio 1 ir 2 dalį.

4. Dėl UAB „Mamos žurnalas“ skeistos reklamos atitikties Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 4 straipsnio 2 dalies 7 punkto reikalavimams

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 4 straipsnio 2 dalies 7 punkte nurodyta, kad reklama draudžiama, jeigu joje be fizinio asmens sutikimo minimas jo vardas, pavardė, pateikiama jo nuomonė, informacija apie jo privatų ar visuomeninį gyvenimą, turta, naudojamas fizinio asmens atvaizdas.

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba pažymi, jog iš byloje surinktų įrodymų matyti, jog UAB „Mamos žurnalas“ leidinyje „Mamos žurnalas“ (2015 m. Nr. 8) 73 puslapyje pateiktame straipsnyje „Nestandartinė lova“ yra patalpinta nepilnamečio vaiko nuotrauka. (*duomenys neskelbtini*) pateiktame prašyme nurodė, jog UAB „Mamos žurnalas“ išplatino reklaminių tekstą iliustruota dukros fotografija neturint tėvų sutikimo.

UAB „Mamos žurnalas“ nurodė, jog nuotrauka, kuri išspausdinta šalia straipsnio „Nestandartinė lova“, autorių teisių turėtoja yra fotografė (*duomenys neskelbtini*), kuri ir davė sutikimą šią konkrečią nuotrauką spausdinti žurnale, užtikrindama, kad ji yra nuotrauką sukūrus asmuo ir turi išimtinės teises leisti publikuoti atsiųstą nuotrauką ir tuo pačiu yra suderinusi klausimą dėl nuotraukos publikavimo su nuotraukoje esančiu asmeniu ar jo atstovu, jei tai nepilnamečio asmens atvaizdas.

Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 2.22 straipsnio 1 dalyje nustatyta, jog fizinio asmens nuotrauka (jos dalis), portretas ar kitoks atvaizdas gali būti atgaminami, paroduodami, demonstruojami, spausdinami, taip pat pats asmuo gali būti fotografuojamas tik jo sutikimu. Pažymėtina, jog jei asmuo yra nepilnametis, tik jo tėvai (įtėviai, globėjai) gali spręsti dėl sutikimo naudoti asmens atvaizdą (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-262/2011).

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba pažymi, jog iš pateiktų UAB „Mamos žurnalas“ paaiškinimų galima nustatyti, jog būtent UAB „Mamos žurnalas“ kūrė ir redagavo publikaciją, kurioje buvo panaudota nepilnamečio vaiko nuotrauka. Atsižvelgiant į tai, minėtos aplinkybės patvirtina, jog UAB „Mamos žurnalas“ privalėjo įsitikinti, jog straipsnyje, kuriame panaudota vaiko nuotrauka, yra gautas asmens (šiuo nagrinėjamu atveju nepilnametės mergaitės tėvų) sutikimas naudoti vaiko atvaizdą reklamoje. Tyrimo metu nustatyta, jog UAB „Mamos žurnalas“, kaip reklamos paslaugų teikėjas, tėvų sutikimo dėl atvaizdo naudojimo reklamoje neturėjo.

Vadovaujantis aukščiau išdėstytais motyvais, Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba konstatuoja, jog UAB „Mamos žurnalas“ pažeidė Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 4 straipsnio 2 dalies 7 punkto nuostatą.

5. Dėl UAB „Mamos žurnalas“ taikytinų sankcijų

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 5 dalimi, skiriamos baudos dydis nustatomas pagal mažiausios ir didžiausios baudos vidurkį ir atsižvelgiant į šio

straipsnio 7 ir 8 dalyse nustatytas atsakomybę lengvinančias ir sunkinančias aplinkybes, pažeidimo pobūdį, pažeidimo trukmę ir mastą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo pobūdį, atsižvelgė į tai, kad buvo pažeistos Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 8 straipsnio 1, 2 dalių bei 4 straipsnio 2 dalies 7 punkto nuostatos. Vertindama pažeidimo pobūdį Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija atsižvelgė į tai, pažeidimas yra susijęs su konkretaus asmens atvaizdo panaudojimu reklamoje.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija taip pat atsižvelgė į tai, jog UAB „Mamos žurnalas“ Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo pažeidimą padarė pirmą kartą.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo mastą, atsižvelgė į tai, kad bendrovės reklama buvo skleidžiama žurnale „Mamos žurnalas“, kuris buvo platinamas spaudos vietose, taigi reklama buvo pasiekiamą ne regioniniu, o nacionaliniu mastu. Žurnalo tiražas – 9000 vienetų.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vertindama pažeidimo trukmę, atsižvelgė į tai, kad žurnalas „Mamos žurnalas“ buvo platinamas 2015 m. rugpjūčio mėnesį.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija lengvinančia aplinkybe laiko tai, kad UAB „Mamos žurnalas“ geranoriškai bendradarbiavo tyrimo metu, teikė priežiūros institucijai informaciją pažeidimui nustatyti.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija sunkinančių aplinkybių byloje nenustatė.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisija, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 24 straipsnio 1, 5, 7 dalimis, n u t a r i a

už Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 8 straipsnio 1 ir 2 dalių bei 4 straipsnio 2 dalies 7 punkto pažeidimus skirti UAB „Mamos žurnalas“ 800 (aštuonių šimtų) eurų baudą.

Nutarimas per 30 kalendorinių dienų nuo nutarimo priėmimo dienos gali būti apskūstas teismui Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Kreipimasis į teismą nesustabdo nutarimo vykdymo, jeigu teismas nenustato kitaip.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos komisijos paskirta bauda sumokama į Valstybinės mokesčių inspekcijos prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos biudžeto pajamų surenkamąją sąskaitą Nr. LT24 7300 0101 1239 4300, esančią banke „Swedbank“, AB (banko kodas 73000, SWIFT kodas HABALT22, lėšų gavėjas Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, įmonės kodas 188659752), kodų sąrašo „Kitos baudos“ skyriaus „Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos skirtos baudos 6780“ eilutę.

Direktorius

Feliksas Petrauskas