

Lietuvos reklamos biuras
Reklamos savireguliacijos institucija Lietuvoje
Lvovo g. 12, LT-09313 Vilnius
Tel. 8-601 07 333
Faks. 8 5 278 07 95
El. paštas info@reklamosbiuras.lt



Asociacija Lietuvos reklamos biuras

Reklamos savireguliacijos institucija Lietuvoje

Reklamos savireguliacija - tai reklamos pramonės (reklamuotojų, kurie užsako reklamą, reklamos agentūrų, kurios kuria reklamos formą ir turinį ir žiniasklaidos, kuri ją platina) gebėjimas patiems reguliuoti savo visuomeninę atsakomybę, grįstą sąžiningos konkurencijos principais, aktyviai skatinant aukščiausių etikos standartų laikymąsi ir vartotojų interesų gynimą.

Reklamos savireguliacija išreiškiama veiksminga reakcija į komercinės komunikacijos problemas, kurias siūloma spręsti bendradarbiavimo keliu, išvengiant detalių teisės aktų bei lanksčiai papildant galiojančius įstatymus.

Tuo tikslu, 2005 m. Lietuvos reklamos agentūrų, reklamuotojų bei žiniasklaidos atstovų iniciatyva buvo įkurta asociacija Lietuvos reklamos biuras – reklamos savireguliacijos institucija Lietuvoje.

Asociacija Lietuvos reklamos biuras, kurią remia reklamos pramonės atstovai, yra atsakinga už reklamos savireguliacijos sistemos administravimą ir Lietuvos reklamos etikos kodekso, kuris yra pagrįstas Tarptautinių prekybos rūmų Reklaminės veiklos kodeksu, taikymą, tokiu būdu šių standartų neatitinkantys reklaminiai skelbimai yra greitai taisomi arba šalinami.

Gerb. Vadove,

2010 m. liepos 15 d. asociacija Lietuvos reklamos biuras gavo skundą dėl VŠĮ "Sveiko vaiko institutas" reklamos „Už maistą be chemijos“. Skundėjas teigia (tekstas netaisytas): *Noriu atkreipti jūsų dėmesį ir išreikšti pagrįstą susirūpinimą dėl praėjusią savaitę TV eteryje pasirodžiusios reklaminės kampanijos dalies siužeto, kuris galimai pažeidžia daugumos vartotojų įsitikinimus ir teises į sąžiningą reklamą bei teisę gauti ne melagingą informaciją. Reklama yra transliuojama TV kanale LTV, platinama internete ir vadinasi „Už maistą be chemijos“, jos vykdytoju prisistato interneto portalas „Sveikasvaikas.lt“. Visų pirma, reklamos turinys stipriai prasilenkia su etika ir yra neestetiškas - reklamoje iš daugelio TV žiūrovų vartojamo kasdienio maisto produkto, majonezo, yra ištraukiamas neigiamas ir nemalioji emocijas turintis sukelti žalias svetimkūnis. Tai tiesiog piktina ir nuo tokio vaizdo nuo šiol nemalonu valgyti viską, kas yra pagardinta majonezo padažu. Be to, reklamoje balsas teigia „Jei neskaitai produktų sudėties – jie sudeda tai, ką nori“, kas nėra teisybė prasilenkia su logika ir net klaidina - vartotojų kontrolė, kai mes aktyviai domimės, keliam klausimus apie produktų sudėtį ir siekia atkreipti kitų dėmesį yra pateisinama ir sveikintina, tai mūsų pareikga, tačiau ne vien vartotojas kontroliuoja gaminių sudėtį. Juolabiau, juk nuo to, ar sudėtis yra perskaitoma ir sužinoma informacija apie produkto sudėtinę dalis, pirmiausia priklauso tik tai, ar aš nusprėsiu įsigyti konkrečią prekę. Taigi, vien sudėties perskaitymas neužtikrina, jog ji pasikeistų ar ar, pavyzdžiui, majoneze priedai taptų vien sveiki. Taip pat, būtent šio teiginio „Jei neskaitai produktų sudėties – jie sudeda tai, ką nori“ ir bendro vaizdo, kai siužete rodoma iš su užrašu „liesas majonezas“ indelio ištraukiama žalio atspalvio masė – kalbama apie visus majonezo padažus, nepaisant jų tikrosios sudėties ir nesiremiant jokiais atliktais oficialiais tyrimais, kontroliuojančių institucijų patvirtintomis išvadomis. Todėl iš esmės teigiama, kad „jei neskaitome majonezo sudėties“, jame galime rasti*

tokią pačią neaiškios kilmės žalią masę, kitų nemalonių savo išvaizda ar skoniu, kenksmingų produktų, o tai neatitinka juk visiškai neatitinka tikrovės! Juk taip galima pavaizduoti ir obuolius su silke ir absoliučiai bet ką, bet juk yra ir sveikų obuolių, ir apdorotų gausybe cheminių medžiagų. Kodėl visas majonezas šiuo atveju suabsoliutinamas? Ši reklama akivaizdžiai iškraipo faktus ir yra nukreipta prieš viso majonezo, kaip atskiros maisto kategorijos, vartojimą. Nepasiant to, kad šis padažas turi istoriją, jį pasigaminti galime patys, o taip pat, perskaitę etiketę nuspręsti, ar pasirinkti vienokį produktą, ar ne. Taigi, darytina išvada, jog reklamos tikslas – paskatinti vartotojus atidžiau tikrinti produktų sudėtį nėra išpildytas ir pasiektas, o priešingai - vietoje to yra siejama panika ir sukuriamos neigiamos emocijos visai produkto, majonezo, kategorijai. Asmeniškai man nuo šiol nėra malonu valgyti patiekalus su majonezu, kiek aš tą sudėtį beskaityčiau, tad ar tokia šios reklamos misija ir kampanijos tikslas? Ir taip pat kartu atkreipčiau dėmesį dėl kitos šios kampanijos reklamos, kurioje vaizduojams šviečiantis gazuotas limonadas. Nors ji nėra tokia atgrasanti kaip majonezo atveju, irgi teigia kelia abejonių dėl savo teisingumo... Todėl prašau: 1. Atsakyti, ar nurodyta reklama nepažeidžia Lietuvoje ir Europos Sąjungoje galiojančių teisės aktų bei nekenkia vartotojų interesams, teisėms ir neklaidina jų?; 2. Ar galima teigti, jog produktų sudėties perskaitymas užtikrina jų sudėties kokybę, kaip teikiama reklamoje?; 3. Ar teisinga naudoti majonezą, reklamoje nesiremiant jokiais oficialiais įrodymais ar tyrimais, jog šiame produkte galima aptikti šiame klipe vaizduojamų pašalinių medžiagų pagal jų spalvą ir matomą konsistenciją?; 4. Įvertinti, ar reklama nekelia nepagrįstos visuomenės baimės dėl majonezo sudėties? 5. Jei kampanijos reklama pažeidžia vartotojų teises ir interesus bei prieštarauja Lietuvos ir ES teisės aktuose numatytiems reikalavimams, prašau sustabdyti tokio turinio reklamos transliavimą visose visuomenės informavimo priemonėse.

Prašome pateikti informaciją kokiais kriterijais ar duomenimis remiantis pateikiame reklamoje esanti informacija. Arbitražo komisija svarstydamą ar reklamos turinys yra naudojamas teisingai remsis pateiktais reklamos užsakovo duomenimis ir Lietuvos reklamos etikos kodeksu. Lauksime Jūsų pagrindimo iki 2010 m. liepos mėn. 30 d.

Su pagarba,

Direktorė

Lauryna Macijauskaitė