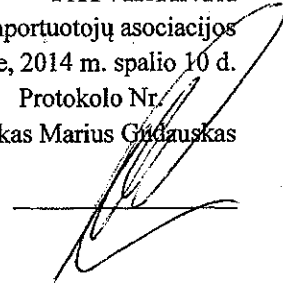


PATVIRTINTA

Lietuvos nealkoholinių gėrimų gamintojų bei importuotojų asociacijos
Valdybos posėdyje, 2014 m. spalio 10 d.

Protokolo Nr.

Valdybos pirmininkas Marius Gindauskas



ENERGINIŲ GĖRIMŲ REKLAMOS IR ŽENKLINIMO KODEKSAS

I. ĮVADAS

Energinių gėrimų gamintojai bei importuotojai pripažįsta jiems tenkančią atsakomybę bendromis pastangomis formuoti atsakingą energinių gėrimų reklamą, užtikrinant visišką reguliavimo laikymąsi bei adekvatų energinių gėrimų ženklimą, todėl parengė Energinių gėrimų reklamos ir ženklavimo kodeksą (toliau – **Kodeksas**)¹. Jame nustatytos savireguliacijos taisyklės, grindžiamos Europos gaiviųjų gėrimų asociacijos (UNESDA) Energinių gėrimų ženklavimo ir rinkodaros kodeksu ir Lietuvos Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos taikoma reklamos reguliavimo praktika.

Lietuvos energinių gėrimų gamintojai bei importuotojai laikosi Lietuvos Respublikos Reklamos įstatymo 14 str. numatytų nuostatų, draudžiančių nepilnamečių lankomose ugdymo įstaigose bei jiems skirtuose koncertuose, sporto, labdaros ir (ar) paramos bei kituose renginiuose, taip pat teatro spektaklių bei kino filmų demonstravimo vietose, nepilnamečiams skirtose visuomenės informavimo priemonėse bei akcijose ir konkursuose nurodyti energinius gėrimus kaip rėmėjų gaminius ar kitaip juos reklamuoti. Laikantis Reklamos įstatymo reikalavimų, energiniai gėrimai taip pat nėra reklamos tikslais nemokamai platinami jaunesniems kaip 18 metų asmenims, o nuo 2014 m. lapkričio 1 d. jie nepilnamečiams nebus ir parduodami.

ES lygmeniu Lietuva ir kitos valstybės narės yra sutarusios įtraukti į energinių gėrimų etiketes papildomus patariamuosius teiginius, pateiktus ES Reglamente 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams. Šiame reglamente sutarta energinių gėrimų pakuotes ženklinti tokiu teiginiu: „Sudėtyje daug kofeino. Nerekomenduojama vaikams, nėščiosioms ar žindančioms moterims.“ Po šiuo užrašu turi būti nurodytas kofeino kiekis mg/100 ml. Apie papildomą valstybės narės iniciatyvą papildomai ženklinti pakuotę turi būti pranešta Europos Komisijai Direktyvoje 94/38/EB numatyta tvarka.

Įmonės, dalyvaujančios Lietuvos nealkoholinių gėrimų gamintojų bei importuotojų asociacijos veikloje (toliau – **Asociacija**), šiuo dokumentu pristato taisykles, susijusias su energinių gėrimų reklamą bei ženklimu. Kodekso nuostatų laikymąsi stebi Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, atstovaujanti vartotojų interesus bei Lietuvos reklamos biuras. Šį Kodeksą kviečiame pasirašyti visus Lietuvos energinių gėrimų gamintojus bei importuotojus, nepaisant, ar jie priklauso Asociacijai ar nepriklauso.

¹ Šis Kodeksas galioja Lietuvos Respublikoje.

II. SVARBIAUSI KODEKSO TERMINAI

Energinis gėrimas – nealkoholinis gėrimas, kuriame yra daugiau kaip 150 mg/l kofeino, nesvarbu, iš kokio šaltinio, arba kuriame yra daugiau kaip 150 mg/l kofeino ir vienos ar kelių kitų centrinę nervų sistemą stimuliuojančių medžiagų (gliukurono laktono, inozitolio, guaranino, ginsenozidų, ginkmedžių ekstrakto, taurino ar kt.). Energiniame gėrime gali būti ir angliavandenių, vitaminų, mineralinių medžiagų, amino rūgščių, maisto priedų, vaisių sulčių ar augalų ekstraktų.

Energinių gėrimų reklama – bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su energinių gėrimų gamintojų, importuotojų ir/ar pardavėjų ūkine komercine veikla, kuria yra skatinama įsigyti energinių gėrimų, pavyzdžiui, nurodant kainą ar išskirtines produkto savybes.

Ženklinimas – su maisto produktu susiję žodžiai, duomenys, prekės ženklai, registruotasis prekės pavadinimas, vaizduojamoji medžiaga arba simbolis, pateikti ant pakuotės, dokumente, informaciniame lapelyje, etiketėje, žiede ar lankelyje, pridedamuose prie tokio maisto produkto arba jį nurodančiuose.

Etiketė – žymuo, prekės ženklas, ženklas, vaizduojamoji arba kitokia aprašomoji medžiaga, užrašyti ar atspausdinti maisto produkto pakuotėje ar taroje, uždėti trafaretu, joje pažymėti, išpausti ar ant jos atspausti arba prie jos pritvirtinti.

Pakuotė – gražintinas ar negražintinas gaminys iš bet kokių medžiagų, skirtas daiktams, pradedant žaliavomis ir baigiant perdirbtais produktais, pakuoti (fasuoti), apsaugoti, tvarkyti, transportuoti ir pateikti vartotojams ar produktų naudotojams.

Nereklaminės komunikacijos priemonės – bet kokios priemonės, kuriomis skleidžiama informacija apie energinių gėrimų gamintoją ir/ar importuotoją, jų veiklą, o taip pat apie energinio gėrimo gamybą bei prekybą ir kuriomis tiesiogiai nėra skatinama įsigyti ir/ar vartoti energinius gėrimus.

Prekės ženklas – bet koks žymuo, kurio paskirtis atskirti vieno asmens (įmonės) prekes nuo kito asmens (įmonės) prekių ir kurį galima pavaizduoti grafiškai.

Partneriai – energinių gėrimų gamintojai ir/ar importuotojai, pasirašę Lietuvos energinių gėrimų reklamos, ženklavimo bei rinkodaros etikos kodeksą.

III. KODEKSO NUOSTATOS

1. ENERGINIŲ GĖRIMŲ REKLAMOS TAISYKLĖS

- 1.1. Energinių gėrimų reklama negali būti skirta asmenims, jaunesniems nei 18 metų.
- 1.2. Energiniai gėrimai negali būti reklamuojami ar kitaip naudojami rinkodaros tikslais ugdymo įstaigose, kurias lanko jaunesni kaip 18 metų asmenys.
- 1.3. Energinių gėrimų reklama negali būti transliuojama televizijos ar radijo programų, skirtų jaunesniems kaip 18 metų asmenims, metu ir jų reklamoje.
- 1.4. Energiniai gėrimai negali būti reklamuojami koncertų, sporto, šventinių labdaros ir (ar) paramos bei kitų renginių, skirtų asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, metu, taip pat teatro

- spektaklių, kino filmų ir videofilmų, skirtų asmenims, jaunesniems kaip 18 metų, demonstravimo vietose ir jų reklamoje.
- 1.5. Energinųjų gėrimų negalima nemokamai platinti reklamos tikslais jaunesniems kaip 18 metų asmenims.
 - 1.6. Išbandyti energinius gėrimus negali būti siūloma netoli pradinųjų ir vidurinių mokyklų ir kitų įstaigų, skirtų šios amžiaus grupės asmenims.
 - 1.7. Energiniai gėrimai yra funkciniai gėrimai ir nėra sportiniai gėrimai. Nors įprastai vartojant energinius gėrimus organizmas taip pat aprūpinamas vandeniu, energiniai gėrimai nebus pateikiami rinkai kaip sportiniai gėrimai, kurie padeda atstatyti skysčius.
 - 1.8. Reklamuojant energinių gėrimų ir jų sudedamųjų dalių naudą negali būti pateikiami jokie teiginiai apie alkoholio vartojimą su energiniais gėrimais.
 - 1.9. Skleidžiamoje energinių gėrimų reklamoje turi būti pateiktas išpėjamas užrašas „Nevartoti su alkoholiniais gėrimais“ (toliau – **Išpėjamas užrašas**).
 - 1.10. Kodekso 1.9 punkte nurodytas reikalavimas dėl išpėjamojo užrašo pateikimo energinio gėrimo reklamoje nėra taikomas energinių gėrimų ženklavimui ant energinio gėrimo pakuotės ir jo etiketėse, o taip pat ant tokių priemonių, kurios neatlieka tiesioginio energinių gėrimų įsigijimo ir/ar vartojimo skatinimo funkcijos (nereklaminės komunikacijos priemonių), pavyzdžiui, ant energinių gėrimų gamintojų ir importuotojų valdomų transporto priemonių, jų iškabų, įrangos, reprezentacinių priemonių, energinių gėrimų prekybos vietose, gamintojų ir importuotojų renginiuose ir internetinėse svetainėse. Išpėjamas užrašas taip pat nėra pateikiamas ant kitų energinių gėrimų gamintojų ir importuotojų platinamų gaminių, ant kurių dėl jų dydžio ar formos pateikti išpėjamąjį užrašą objektyviai yra neįmanoma.

2. IŠPĖJAMOJO UŽRAŠO ĮGYVENDINIMAS ENERGINIŲ GĖRIMŲ REKLAMOJE

- 2.1. Išpėjamas užrašas energinių gėrimų reklamoje turi atitikti žemiau nurodytus reikalavimus:
 - 2.1.1. Išpėjamas užrašas turi būti pateiktas reklamos apačioje ir užimti ne mažiau nei 2% bendro konkrečios energinio gėrimo reklamos ploto.
 - 2.1.2. Išpėjamas užrašas turi būti pateiktas šriftu, analogišku skleidžiamos energinio gėrimo reklamos šriftui.
 - 2.1.3. Audiovizualinių energinių gėrimų reklamų transliacijų metu išpėjamas užrašas turi būti pateikiamas jų pabaigoje ir rodomas ne trumpiau nei 3 sekundes.
 - 2.1.4. Garsinių energinių gėrimų reklamų transliacijų metu išpėjamas užrašas turi būti pateikiamas jų pabaigoje.
 - 2.1.5. Išpėjamas užrašas turi būti pateiktas valstybine kalba.
 - 2.1.6. Išpėjamas užrašas turi būti aiškus ir lengvai įskaitomas, jis negali būti paslėptas jokiais grafinėmis ar spalvinėmis priemonėmis.

3. ENERGINIŲ GĖRIMŲ ŽENKLINIMO TAISYKLĖS

- 3.1. Energinųjų gėrimų pakuotės žymimos užrašu „Sudėtyje daug kofeino. Nerekomenduojama vaikams, nėščiosioms ar žindančioms moterims“ tame pačiame regėjimo lauke kaip ir gėrimo pavadinimas bei po užrašo skliausteliuose nurodyti kofeino kiekį mg/100 ml.
- 3.2. Energinųjų gėrimų etiketėse turi būti pateikta rekomendacija „Vartoti saikingai“ arba kitokia panaši šią rekomendaciją išreiškianti formuluotė.
- 3.3. Energinųjų gėrimų gamintojai savo nuožiūra vartotojams taip pat gali pateikti papildomą informaciją ant energinio gėrimo pakuotės.

- 3.4. Energinių gėrimų gamintojai ir importuotojai yra skatinami vartotojams pateikti teisingą ir išsamią informaciją apie energinius gėrimus ne etiketėse (pvz., internetinėse svetainėse arba informaciniuose lapeliuose), atsakingą energinių gėrimų vartojimą ir būdingas jų sudedamąsias dalis, įskaitant tai, kaip energiniuose gėrimuose esantis kofeino kiekis yra susijęs su kitais, kofeino turinčiais maisto produktais bei gėrimais.

IV. GINČŲ NAGRINĖJIMAS ARBITRAŽE

4. ĮVADINĖS NUOSTATOS

- 4.1. Partneriai susitaria įsteigti Arbitražą, kuris vertins praktinį Kodekso nuostatų įgyvendinimą ir galimų sankcijų taikymą, esant jo pažeidimui. Partneriai įsipareigoja gerbti Arbitražo sprendimus ir juos geranoriškai vykdyti.
- 4.2. Klausimus ir/arba ginčus, susijusius su nereklaminės komunikacijos priemonėmis, Arbitražas gali deleguoti spręsti Lietuvos Reklamos Biurui (toliau – LRB). Tokiu atveju Partneriai gerbs LRB sprendimus ir juos geranoriškai vykdydys. Procesas dėl ginčų nagrinėjimo ir LRB sprendimų priėmimo vyks pagal LRB patvirtintas taisykles.
- 4.3. Tarpusavio nesutarimus Kodekso ribose Partneriai pirmiausia turi spręsti Kodekso Arbitraže, nesikreipdami į valdžios institucijas ir tik tuo atveju, jei nepavyksta ginčo išspręsti Arbitraže, Partneriai gali kreiptis į valstybines institucijas.

5. KREIPIMASIS Į LIETUVOS REKLAMOS BIURĄ

- 5.1. Partneriai bet kuriuo metu nemokamai gali kreiptis į LRB konsultacijoms, ar jų reklama atitinka Kodekso nuostatas. Tokiais atvejais LRB konsultacijų išlaidas, iš anksto jas suderinus raštu su Asociacija, padengia Asociacija.
- 5.2. Kilus abejonių arba pretenzijų dėl kitų Partnerių reklamos, Partneriai įsipareigoja pirmiausiai kreiptis į Arbitražą, o Arbitražas dėl kreipimosi į LRB sprendžia kiekvienu konkrečiu atveju atskirai.

6. ARBITRAŽO KOMISIJA

- 6.1. Arbitražo Komisiją sudaro ne mažiau kaip trys nariai.
- 6.2. Arbitražo Komisijos narius skiria Asociacijos Valdyba Partnerių siūlymu.
- 6.3. Ne mažiau kaip du trečdaliai Arbitražo Komisijos narių turi būti nepriklausomi, t.y. niekaip nesusiję su Asociacijos ar Partnerių įmonėmis. Tai turi būti nesuinteresuoti, tačiau turintys kompetenciją spręsti Kodekso klausimus bei turintys visuomenės pasitikėjimą asmenys.
- 6.4. Asociaciją Arbitraže, Arbitražo Komisijos nario teisėmis, atstovauja Asociacijos prezidentas arba kitas Asociacijos Valdybos deleguotas asmuo, tačiau jis negali būti renkamas Arbitražo Komisijos pirmininku.
- 6.5. Arbitražo Komisijos nariai iš savo narių tarpo balsų dauguma išrenka jos pirmininką. Arbitražo Komisijos pirmininkas yra renkamas atsižvelgiant į Kodekso 6.4. p. numatytą apribojimą, tačiau renkant Komisijos pirmininką Asociacijos prezidentas ar kitas Asociaciją Arbitraže atstovaujantis asmuo turi teisę balsuoti.

7. ARBITRAŽO PROCESO INICIJAVIMAS

- 7.1. Bet kuris iš Partnerių turi teisę pasiūlyti inicijuoti Arbitražo procesą, pateikdamas raštišką skundą Asociacijai per jos sekretorių dėl Kodekso reikalavimų pažeidimo. Skunde dėl Arbitražo proceso inicijavimo turi būti nurodyta:

- 7.1.1. duomenys apie Kodekso pažeidėjus;
 - 7.1.2. aplinkybės, kuriomis Partneris grindžia Kodekso reikalavimų pažeidimą;
 - 7.1.3. duomenys patvirtinantys Partnerio išdėstytas aplinkybes;
 - 7.1.4. pateiktas pasiūlymas dėl galimo susidariusios situacijos sprendimo.
- 7.2. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba turi teisę siūlyti inicijuoti Arbitražą, raštu kreipdamasi į Asociaciją, jeigu mano esant būtina taip reaguoti į gautą raštišką vartotojo skundą dėl pažeistų šio Kodekso nuostatų. Jei skundas pateikiamas dėl ne Lietuvos Respublikoje registruotos įmonės reklamos, jis perduodamas nagrinėti Europos reklamos standartų aljansui ir/arba šaliai, kurioje yra registruota įmonė, reklamos etiškumą kontroliuojančioms organizacijoms.
 - 7.3. Gautas skundas užregistruojamas Asociacijos sekretoriatare ir ne vėliau kaip per penkis darbo dienas raštiškai perduodamas įmonei, kurios veiksmai skundžiami. Įmonė privalo atsakyti į pateiktą pretenziją raštu ne vėliau kaip per penkis darbo dienas nuo pretenzijos gavimo dienos, pateikdama pasiūlymą, kaip spręsti susidariusią situaciją. Jeigu Kodekso pažeidimu įtariama įmonė sutinka su pretenzijos reikalavimais, o pretenziją pareiškęs asmuo sutinka su skundžiamos įmonės atsakyme į pretenziją pateiktu problemos sprendimo būdu, ginčas išsprendžiamas taikiai ir ginčo procedūra baigiama.
 - 7.4. Jeigu įmonė, kurios veiksmai skundžiami, nesutinka su skunde pateiktais reikalavimais arba atsakymo į skundą Asociacijai nepateikia, o taip pat jeigu skundą pateikęs asmuo nesutinka su įmonės siūlomu problemos sprendimo būdu, ginčas nedelsiant, bet ne vėliau kaip per dvi darbo dienas, perduodamas spręsti Arbitražui.

8. ARBITRAŽO PROCEDŪRA

- 8.1. Arbitražo Komisija privalo išnagrinėti skundą per dešimt darbo dienų nuo skundo ir atsakymo į jį gavimo iš Asociacijos. Tais atvejais, kai skundžiamas Partneris atsakymo į skundą nepateikia, dešimties dienų terminas Arbitražo Komisijai sprendimą priimti pradedamas skaičiuoti nuo skundo gavimo iš Asociacijos dienos.
- 8.2. Arbitražo Komisija sprendimu patvirtina, ar skundžiamas Partneris pažeidė ar nepažeidė konkrečius Kodekso reikalavimus ir nustato terminą bei priemones/įpareigojimus pažeidimui pašalinti. Šis sprendimas nedelsiant išsiunčiamas visiems Partneriams.
- 8.3. Jei Arbitražo Komisija savo sprendime patvirtina kurio nors Partnerių Kodekso pažeidimą, šis Partneris privalo padengti Arbitražo išlaidas.
- 8.4. Jei Arbitražo Komisija nustato, kad Partneris nepažeidė Kodekso, tokiu atveju Arbitražo išlaidas padengia Asociacija.
- 8.5. Jei Arbitražo Komisija daugiau nei vieną kartą per metus nustato, kad Partneris nepažeidė Kodekso, pagal to paties pareiškėjo (Partnerio) kreipimąsi, tokiu atveju išlaidas padengia Partneris, kuris pareiškė pakartotinį nepagrįstą skundą.

9. ARBITRAŽO KOMISIJOS SPRENDIMAI IR SANKCIJOS

- 9.1. Kodeksą pažeidęs Partneris privalo nedelsiant nutraukti veiksmus, kurie buvo pripažinti Arbitražo Komisijos kaip pažeidžiantys Kodeksą.
- 9.2. Jeigu Partneris piktybiškai nevykdo Arbitražo Komisijos sprendimo ir/ar nepadengia Arbitražo išlaidų, bendru Partnerių sutarimu jis gali būti pašalintas iš Kodekso Partnerių.

V. ASOCIACIJOS PAREIGOS

- 10.1. Asociacija yra šio Kodekso laikymosi priežiūrą įgyvendinanti institucija.

- 10.2. Kodeksas, jo laikymosi priežiūros vykdymo tvarka ir sprendimai dėl Kodekso pažeidimų skelbiami viešai Asociacijos interneto svetainėje.
- 10.3. Jeigu energinių gėrimų gamintojas ar importuotojas (reklaminės veiklos subjektas) nevykdo Arbitražo Komisijos sprendimo dėl Kodekso pažeidimo ir yra faktinių duomenų, leidžiančių pagrįstai įtarti, kad yra pažeisti teisės aktuose nustatyti reikalavimai, Asociacija turi apie pažeidimą informuoti kompetentingas priežiūros institucijas.
- 10.4. Pagal kompetentingos priežiūros institucijos prašymą Asociacija turi pateikti jai duomenis, ar konkretus energinių gėrimų gamintojas ir/ar importuotojas yra prisiėmęs Kodekse nustatytus įsipareigojimus ir jų laikėsi iki teisės aktuose nustatytų reikalavimų pažeidimo padarymo.
- 10.5. Arbitražo komisija apie savo sprendimus informuoja kompetentingą priežiūros instituciją pateikiant priežiūros institucijai dokumentą, patvirtinantį, kad pranešime (skunde) nurodyti faktai jau buvo nagrinėti, dėl jų Arbitražo Komisija yra priėmusi sprendimą ir teisės aktuose nustatytų reikalavimų pažeidimą padaręs reklaminės veiklos subjektas nutraukė pažeidimą.

VI. BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

- 11.1. Kodeksas įsigalioja nuo jo pasirašymo dienos.
- 11.2. Šis susitarimas vadovautis Kodekso nuostatomis sudarytas neribotam laikui. Kodekso nuostatos bus veiksmingos, kol jų laikysis bent du Partneriai.

Vilnius,

2014 m. spalio 10 d.

1. UAB „Coca-Cola HBC Lietuva“, Baltijos šalių pardavimų vadovas Valdas Pakštys

2. „Red Bull GmbH“ Krzysztof Markowski