



ŽALIŪJŲ TEIGINIŲ REKLAMOS STEBĖSENOS ATASKAITA

2020



Pastaraisiais metais pastebima, jog vartotojai tampa vis atsakingesni ir labiau kreipia dėmesį, ar jų įsigytas produktas yra pagamintas iš tausojančių medžiagų, ar produktas yra ekologiškas, arba reklamoje teigiama, kad bendrovė yra už tausojantį vartojimą. Tuo tarpu reklamos skleidėjai, pastebėdami tokią vartotojų elgseną, reklamuodami kosmetikos produktus, žaislus, rūbus ir kitus produktus, vis dažniau naudoja žaliuosius teiginius.

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas nustato klaidinančios reklamos draudimą. Klaidinančia reklama laikoma reklama, kuri bet koku būdu, įskaitant ir jos pateikimo būdą, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti jų ekonominę elgesį arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti.

“

*Reklamos įstatymas nustato
klaidinančios reklamos
draudimą*

”

Kai sprendžiama, ar reklama yra klaidinanti, atsižvelgiama į jos teisingumą, išsamumą ir pateikimo kriterijus.

Reklamoje vartojami teiginiai turi būti pagrįsti teisinga ir su gaminiu susijusia informacija: teiginyje nurodyta sudedamoji dalis būtina turi būti ir gaminyje, konkrečios sudedamosios dalies savybės neturi būti siejamos su gaminio savybėmis, teiginiai neturi leisti manyti, kad nuomonės – patikrinti teiginiai, jei tos nuomonės nėra pagrįstos patikrinamais įrodymais.

Reklamoje naudojami žalieji teiginiai yra svarbi informacija, daranti poveikį vartotojų ekonominiam pasirinkimui bei formuojanti jų požiūrį ir elgseną. Taigi, žaliųjų teiginių vartojimas gali tapti vis aktualesne problema renkantis konkretų produktą.



Atsižvelgiant į tai, 2020 m. atlikta žaliųjų teiginių reklamos srities stebėseną. Jos metu patikrinta 15 atsitiktine tvarka atrinktų elektroninių parduotuvių tinklalapių, vertinta, ar reklamoje naudojami teiginiai yra skleidžiami nepažeidžiant Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo nuostatų bei neatitinka klaidinančios reklamos draudimo.

Įvertinus beveik 100 atrinktuose tinklalapiuose pateikiamų žaliųjų teiginių, tokių kaip „ekologiškas“, „natūralus“, „pagamintas iš perdirbtų medžiagų“, „tausojantis aplinką“, „organiškas“ ir pan., nustatyta, jog verslininkai ne visada turėjo įrodymus, pagrindžiančius žaliųjų teiginių teisingumą. Atsižvelgiant į tai, verslo subjektams pateiktos rekomendacijos dėl žaliųjų teiginių naudojimo ir Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 5 straipsnio nuostatų laikymosi.

Atsižvelgdami į pateiktas rekomendacijas ir siekdami išvengti galimų vartotojų klaidinimo atvejų, didžioji dalis reklaminės veiklos subjektų nedelsiant pakoregavo skleidžiamą reklamą. Kitų verslininkų naudojami žalieji teiginiai stebimi ir 2021 metais, tinkamų teiginių naudojimas derinamas.

“
*verslininkai ne visada turėjo įrodymus,
pagrindžiančius žaliųjų teiginių teisingumą*
”

Ši stebėseną buvo prevencinio pobūdžio. Ja siekta informuoti reklamos skleidėjus apie teisinį reglamentavimą ir gerinti vartotojų informavimą. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, atsižvelgdama į gaunamus vartotojų nusiskundimus bei kitas aplinkybes, dėl kurių atsiradimo galimas teisės aktų pažeidimų rizikos padidėjimas atitinkamoje veiklos srityje, reklamos stebėseną (monitoringą) atlieka kasmet.