

REKLAMA:

Alkoholio kontrolės įstatymo pakeitimai nuo
2018 m. sausio 1 d.
(Atnaujinta 2021 m. sausį)

NTAKD

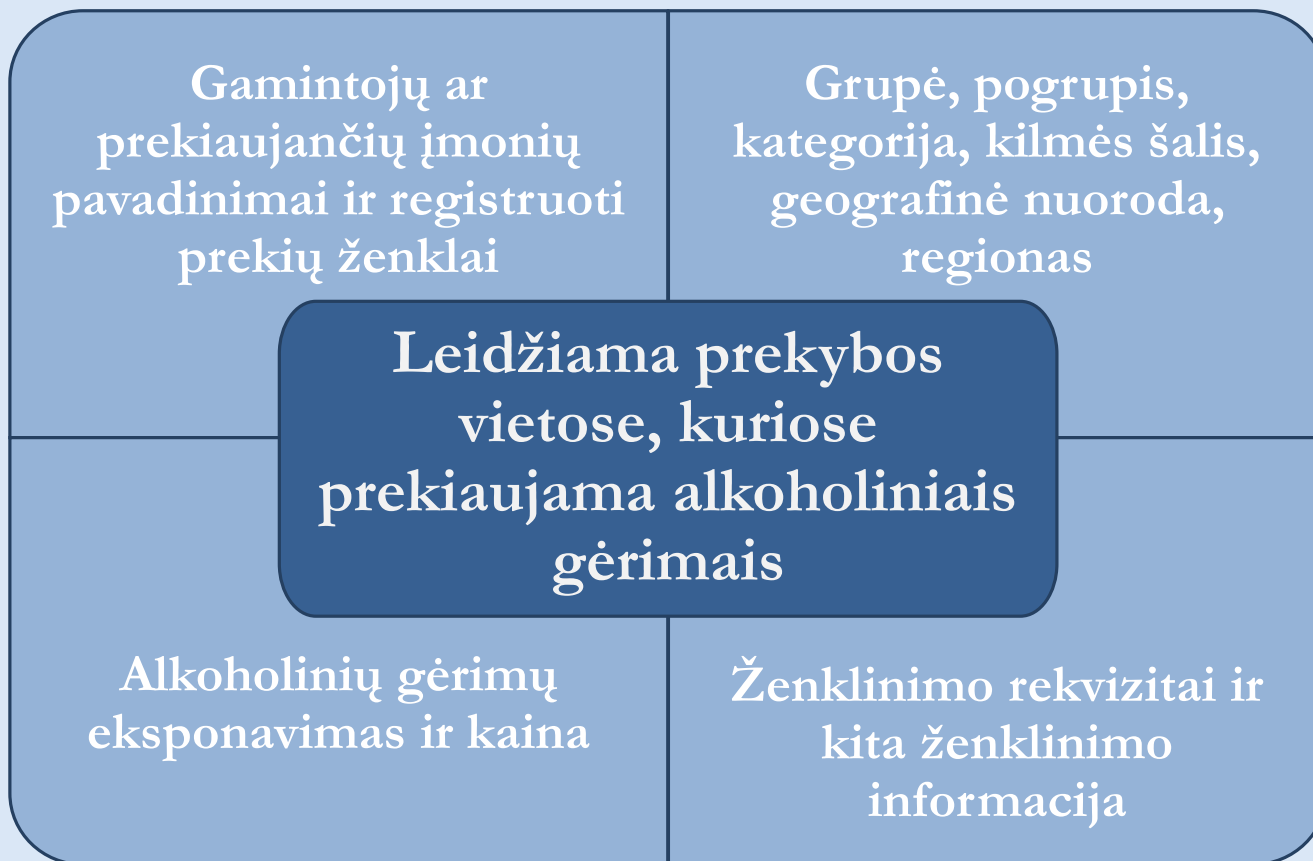
NARKOTIKŲ, TABAKO IR ALKOHOLIO
KONTROLĖS DEPARTAMENTAS

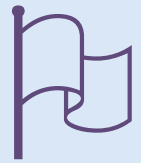
Reklama

Nuo 2018 m. sausio 1 d. įsigaliojo griežtesnis
alkoholio reklamos draudimo
reglamentavimas!



Leidžiama





Atkreipiame dėmesį

Registruoti prekių ženklai neturi būti nukreipti į nepilnamečius asmenis, nekelti asociacijų su fizinės būklės, psichinės veiklos pagerėjimu, vairavimu, asmeninių problemų sprendimu, stimuliuojančiomis, raminančiomis ar gydomosiomis savybėmis, socialine sėkme, padidintu seksualiniu aktyvumu, palankiai vaizduojantys nesaikingą alkoholinių gėrimų vartojimą ar neigiamai atsiliepiantys apie abstinenciją ir saikingumą, pateikiantys didesnę tūrinę etilo alkoholio koncentraciją kaip alkoholinių gėrimų privalumą ir pan.

✓ Leidžiama

Lauke įrengtos viešojo maitinimo vietų klientų aptarnavimo teritorijos taip pat laikytinos prekybos vietomis, todėl minėta informacija (pvz., registruoti prekių ženklai ir pavadinimai (ant lietsargių, peleninių, pledų, kėdžių ir pan.) lauko kavinėse, kuriose prekiaujama alkoholiu, taip pat leidžiama.

✓ Leidžiama

Leistinos informacijos pateikimo būdas prekybos vietose gali būti įvairus – plakatai, vaizdai ekranuose ir pan. Tačiau draudžiama naudoti kartu ar atskirai kitas atkreipiančias dėmesį priemones, pvz., alkoholinių gėrimų skyriuje, pirkėjui priėjus prie konkretaus alkoholinio gėrimo, naudoti automatinį alkoholinio gėrimo iš lentynos išstūmimą, leisti garsines žinutes (pranešimus, muziką, dainas), papildomai pasitelkti reklamos atlikėjus ar naudoti šviesų elementus, išskiriant konkretų alkoholinį gėrimą iš kitų.

✓ Leidžiama

Pažeidimu nelaikysime prekybos vietose, viešojo maitinimo vietų valgiaraščiuose nurodytos objektyvios informacijos apie alkoholinių gėrimų skonį (pvz., „rūgštukas“, „aitrus“, „saldus“, „kartokas“, „vyšnių skonio“ ir pan., t. y. tokios skonio savybės, kurias atpažįsta ir fiksuoja skonio receptoriai). Nenaudotini variantai – „elegantiškas“, „subtilus“, „nepakartojamas“, „dangiškas“ ir pan.

✓ Leidžiama

Pažeidimu nelaikysime prekybos vietose, viešojo maitinimo vietų valgiaraščiuose nurodytos informacijos, teikiamos QR kodo pagalba (pvz., elektroniniai valgiaraščiai). QR kodai gali būti naudojami ir ženklinant alkoholio produktus. QR kodo pagalba vartotojai gali būti nukreipiami į alkoholinių gėrimų gamintojo ar įmonės, prekiaujančios alkoholiniais gėrimais interneto svetainę. Tokiu atveju turės būti užtikrinama, kad svetainėje bus pateikta Įstatymo 29 str. 2 d. numatyta informacija. Ženklinant alkoholinius gėrimus gali būti nurodomi ir gamintojų bei prekybininkų interneto svetainių adresai.

✓ Leidžiama

Pažeidimu nelaikysime prekybos vietose ar įmonių, gaminančių ir prekiaujančių alkoholiniais gėrimais, interneto svetainėse teikiamos informacijos apie alkoholinio gėrimo istoriją, gamybos būdą (technologiją), gėrimų laimėtus apdovanojimus.

✓ Leidžiama

Pažeidimu nelaikysime prekybos vietose, viešojo maitinimo vietų valgiaraščiuose pateiktų alkoholinių kokteilių receptų, gėrimų taurėse atvaizdų, objektyvių rekomendacijų apie alkoholinių gėrimų derinimą su maistu (pvz., „rekomenduojama prie žuvies patiekalų“, „tinka prie mėsos patiekalų“ ir pan.).

✓ Leidžiama

Prekybos vietose gali būti demonstruojami / atvaizduojami alkoholinių gėrimų, jų pakuočių atvaizdai, kurie turėtų būti pateikiami neutraliame fone (neutralus fonas – fonas be jokios papildomos informacijos arba jame naudojama tekstinė ar vaizdinė informacija, esanti butelio etiketėje arba ant pakuotės, ar šios informacijos elementai). Taip pat fone gali būti naudojama informacija, atitinkanti Įstatymo 29 str. 2 d. reikalavimus.

✓ Leidžiama

Mažmeninės prekybos vietose gali būti naudojamos papildomos alkoholinių gėrimų pateikimo parduoti priemonės: stelažai, lentynos, stovai, spintelės. Tačiau atkreipiame dėmesį, kad juose pateikiama informacija taip pat turi atitikti Įstatymo 29 str. 2 d. leistiną teikti informaciją. Stelažai, stovai turi atitikti savo paskirtį ir nekelti papildomų pozityvių asociacijų tokių, kaip pvz., eglutės formos stendas kelia asociacijas su šventėmis ir geromis emocijomis.

Ženklinimas

Alkoholinių gėrimų etiketėse bei papildomose ženklavimo priemonėse (pvz., karuliuose) pateikiama informacija:

Neturi klaidinti vartotojo – dėl gėrimo ypatybių, pobūdžio, savybių ir kt., neleistina pateikti teiginių ar užuominų apie teigiamą poveikį sveikatai. Negali būti pateikta neteisinga ir (ar) klaidinanti informacija apie alkoholinius gėrimus.

Iš pirmo įspūdžio turi būti aiški, objektyvi ir vartotojui lengvai suprantama.

✓ Leidžiama

Gamintojų ar prekiaujančių
įmonių pavadinimai ir
registruoti prekių ženklai

Grupė, pogrupis, kategorija,
kilmės šalis, geografinė
nuoroda, regionas

**Leidžiama alkoholius gėrimus
gaminančių ar jais
prekiaujančių įmonių
interneto svetainėse**

Alkoholinių gėrimų
eksponavimas ir kaina

Ženklavimo rekvizitai ir kita
ženklavimo informacija

✓ Draudžiama



Socialinių tinklų (Facebook, Tik Tok, Youtube ir kt.) paskyros nėra laikomos įmonių interneto svetainėmis!

Todėl informacija apie gaminamus ir parduodamus alkoholinius gėrimus jose negali būti pateikiama.

✓ Draudžiama

Elektroninėse žiniasklaidos priemonėse, socialiniuose tinkluose naudoti nukreipiamąsias reklamjuostes (banerius) ar kitokiu būdu teikti pranešimus apie alkoholinių gėrimų degustacijas, organizuojamus renginius, kurių tikslinis prekybos objektas būtų alkoholiniai gėrimai (pvz., kasmet lapkričio 3-čiąjį ketvirtadienį vykstanti jaunojo vyno „Božolė“ šventė).

✓ Draudžiama

Leistinos informacijos pateikimo priemonės prekybos vietose negali būti skirtos vartotojams/pirkėjams išsinešti!

✓ Draudžiama

Naudoti kitas alkoholinių gėrimų išskyrimo priemones, tokias kaip alkoholinių gėrimų kainų etiketes, kitą prekybinę įrangą, paženklintas įvairiais šūkais, ženklais, pvz., „Tavo barui“, „Skonių dienos“, „Rekomenduojame“, kadangi tokiu būdu atkreipiamas dėmesys į konkrečius alkoholinius gėrimus, sudaromas įspūdis apie alkoholinio gėrimo išskirtinumą, galimą kainos sumažėjimą ir pan.*

* Žiūrėti teismo nutartį byloje Nr. eI-3583-815/2017

Atkreipiame dėmesį

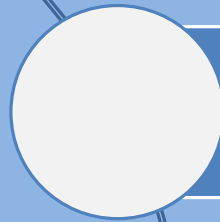
Leistina skelbti informacija vertinama per vidutinio vartotojo prizmę, pirmo įspūdžio efektą bei sukkeliamas asociacijas. Komunikacijos priemonėse (plakatuose, lentynų skirtukuose, vaizdo įrašuose ir kt.) negali būti naudojama informacija / vaizdai, susiję su įžymiais žmonėmis, siejantys alkoholio vartojimą su fizinės būklės, psichinės veiklos pagerėjimu, vairavimu, asmeninių problemų sprendimu, stimuliuojančiomis, raminančiomis ar gydomosiomis savybėmis, socialine sėkme, padidintu seksualiniu aktyvumu, nukreipta į nepilnamečius asmenis ir pan.

Ar galima reklamuoti nealkoholinę produkciją?

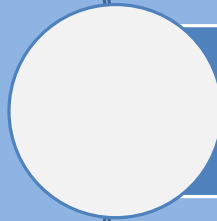
Galima, tačiau nealkoholinio gėrimo reklama būtų laikoma alkoholinio gėrimo reklama, jei visuma aplinkybių, t. y. alkoholinio ir nealkoholinio gėrimo bei nealkoholinės produkcijos komunikacinių priemonių turinio panašumas vidutiniam vartotojui keltų asociacijas su konkrečiu alkoholiniu gėrimu. Rekomendacija: vien ženklavimo "nealkoholinis" nepakanka. Siūlome vengti nealkoholinę produkciją ženklinti alkoholinės produkcijos prekių ženklais, naudoti tapatų ar panašų dizainą, pakuočių, etikečių spalvinę gamą. Patariame pasirinkti unikalią reklamos idėją.

NTAKD

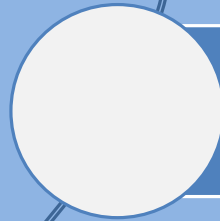
NARKOTIKŲ, TABAKO IR ALKOHOLIO
KONTROLĖS DEPARTAMENTAS



Už sąmoningą žmogų



Socialiai atsakingą verslą



Sveiką visuomenę

Jūsų klausimų laukiame:
El. paštu ntakd@ntakd.lt
Telefonu 8 706 68094