

Lietuvos Respublikos Seimo nariams

2025 m. rugsėjo 23 d., Nr. 25-139VK

DĖL SIŪLYMO DRAUSTI „NESVEIKO“ IR „GREITO“ MAISTO REKLAMĄ

Lietuvos verslo konfederacija (LVK) kreipiasi į Jus dėl Reklamos įstatymo Nr. VIII-1871 papildymo 14-8 straipsniu įstatymo projekto (Nr. XVP-541; toliau – Įstatymo projektas), kuriuo yra siūloma nuo 7 valandos iki 21 valandos drausti „nesveiko ir greito maisto“ reklamą, taip pat numatant išimtį, kad ribojimas nebūtų taikomas maitinimo įstaigoms ir 100 metrų atstumu nuo jų. **LVK, kaip verslo organizacija, vienijanti maisto gamintojus, pardavėjus ir tiekėjus, reklamos davėjus ir skleidėjus, prašo nepritarti Įstatymo projektui pateikimo stadijoje.**

Pirma, kaip pažymi Teisės departamentas, sąvokos „nesveikas maistas“ ar „greitas maistas“ nėra apibrėžtos jokiuose įstatymuose, ir, LVK nuomone, šios sąvokos apskritai yra neapibrėžtinės. Šios sąvokos lemtų, kad maistas būtų laikomas *arba „nesveikas“, arba „ne nesveikas“, arba „greitas“, arba „ne greitas“,* ir nėra aišku, kur būtų padėta riba maisto „nesveikumui“ ar „greitumui“ įvertinti. Be to, toks skirstymas neturėtų racionalaus pagrindo, nes dietologijos moksle nėra universaliai priimto šių ar panašių sąvokų apibrėžimo, juolab kad pagrindinės mitybos rekomendacijos nebūtinai suponuoja, kad tokio maisto ribojimai visuomet lemtų geresnius sveikatos rodiklius. Be to, „greitas“ maistas nebūtinai yra „nesveikas“.

Antra, atsižvelgiant į tai, kad minėtos sąvokos yra savo prigimtimi neapibrėžiamos, šių sąvokų taikymas iškreiptų konkurencines sąlygas. Siūlomas reguliavimas galėtų neteisingai priskirti tam tikrus produktus kaip „greito maisto“ ar „nesveiko maisto“, taip pat gali kilti situacijų, kai vieni itin panašūs produktai liktų nepaveikti šio reguliavimo, o kiti – paveikti. Tai iškraipytų sąžiningą konkurenciją maisto gamybos, prekybos ir tiekimo rinkose.

Trečia, siūlomas reguliavimas sukurtų nelygias konkurencines sąlygas tarp skirtingų reklamos skleidėjų, tuo pačiu paneigiant turinio viršenybės prieš formą principą. Pavyzdžiui, visų užsienyje registruotų socialinių tinklų, tikėtina, nebūtų galima priversti vadovautis šiuo reguliavimu, kai pvz. Lietuvos žiniasklaidos priemonės, netektų reikšmingų pajamų iš šios reklamos. Pažymėtina, kad šiais metais įsigaliojo azartinių lošimų reklamos ribojimai, dėl kurio žiniasklaidos priemonės reikšmingai nukentėjo.

Ketvirta, dėl aiškiai neapibrėžiamų sąvokų, verslams kiltų reikšminga reguliavimo našta aiškintis, ar reklamuojamas produktas yra „sveikas“, ar „nesveikas“, „greitas“ ar „ne greitas“. Tai paveiktų eilę sektorių eilėje kontekstų – nuo gamintojų ir viešojo maitinimo įstaigų, pranešančių apie jų gaminius ir paslaugas savo socialinių tinklų paskyrose, iki prekybos tinklų, kurie kartą ar du į savaitę išleidžia reklaminius leidinius su reklama apie šimtus ar tūkstančius produktų.

Penkta, siūlomas reguliavimas sukurtų nelygias sąlygas geografiniu požiūriu. Vietos, pasižyminčios dideliu viešojo maitinimo įstaigų tankumu (pvz. miestų centrai), galimai nenukentėtų, visos kitos vietos – nukentėtų.

Šešta, kaip pažymi Teisingumo ministerijos ES teisės departamentas, net jeigu ir būtų įmanoma apibrėžti sąvokas „nesveikas maistas“ ir „greitas maistas“, siūlomas ribojimas iškreiptų Europos

Sąjungos valstybių narių tarpusavio prekybą, prieštarautų Bendrosios rinkos principams ir būtų lygus importo ribojimui, laikytinu draudžiamu pagal Europos Sąjungos sutartis. Projekte siūlomi draudimai nėra pagrįsti gerosiomis kitų ES valstybių praktikomis, o tai papildomai kelia klausimą, ar toks reguliavimas yra suderintinas su ES teisės normomis.

Galiausiai, LVK, kaip Tarptautinių prekybos rūmų (ICC) atstovė Lietuvoje, pažymi, kad dauguma didžiausių pasaulio įmonių, veikiančių Lietuvoje, taip pat vadovaujasi viduje pasitvirtintomis reklamos politikomis, neretai suderintomis su ICC Rinkodaros Kodeksu (angl. ICC Marketing Code), ypač jautriausiose srityse, kaip pvz. reklamos vaikams srityje.

Trumpai apibendrinant, siūlomas reguliavimas, jei priimtas 1) remtųsi aiškiai neapibrėžiamomis sąvokomis; 2) programuotų verslo subjektų nelygiateisiškumą tiek tarp reklamos davėjų, tiek tarp reklamos skleidėjų; 3) iškraipytų tarptautinę prekybą Bendrojoje rinkoje. Vertiname, kad siūlomas reguliavimas turėtų itin didelį poveikį maisto pramonės, prekybos, viešojo maitinimo, žiniasklaidos ir rinkodaros sektoriams.

Atsižvelgiant į ES teisės ir Teisės departamentų išvadas bei išdėstytus argumentus, kviečiame nepritarti Įstatymo projektui Nr. XVP-541 pateikimo stadijoje. Dėkojame už bendradarbiavimą.

Pagarbiai

Generalinė direktorė

Ineta Rizgelė