



[Žmogaus kova prieš valdžią - tai atminties kova prieš užmaršumą](#) :: Your Favorite Site

Reklama už ir prieš. Apsukruoliai naują panaudojo reklamai

Nuo sausio 1 d. įsigaliojus naujai Pašto įstatymo nuostatai, visi dėl reklamos besiskundžiantys pašto dėžučių savininkai turėtų lengviau atsikvėpti – nuo šiol pakanka tiesiog aiškiai išreikšti nenorą gauti reklaminių lankstinukų,

pavyzdžiui, ant pašto dėžutės užklijuoti tai nurodantį lipduką. O asmenys, pažeidę tokį gavėjo sprendimą, gali būti baudžiami nuo 1 iki 30 tūkst. litų siekiančiomis baudomis. Nepageidaujama reklama savireklamos tikslais Brukalą draudžiančiomis naujovėmis rinkodaros tikslais netruko pasinaudoti apskresnės bendrovės. Vienos jų – žalų nustatymo bendrovės „Žalos24.lt“ – tinklalapyje pasiūlymu užsisakyti lipduką „Reklamos gauti nepageidauju“ jau spėjo pasinaudoti daugiau nei tūkstantis gyventojų. Tačiau nieko nebūna nemokamai – pildant užsakymo anketą gauti lipduką prašoma ne tik pateikti savo asmens duomenis, bet ir duoti sutikimą juos naudoti rinkodaros tikslais. Tad teoriškai žmogus sutinka gauti tą patį brukalą, tik jau elektroniniu paštu. Bendrovės rinkodaros vadovas Marius Rimkevičius, paklaustas, kam renkami gyventojų asmens duomenys, tikino, kad taip tiesiog norima pasilikti galimybę potencialius klientus pasveikinti švenčių progomis. Anot jo, tokių „sveikinimų“ nepageidaujantys asmenys esą jų nesunkiai gali atsakyti – tereikia paspausti elektroninio laiško pabaigoje esančią nuorodą. Idėja nepageidaujama reklamą panaudoti savireklamos tikslais kilo patiems įmonės darbuotojams, kurie dažnai lankydami klientų namuose nuolat pastebėdavo prigrūstas pašto dėžutes ir netvarkingas laiptines. Skundų nesulaukta Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos (VVTAT) direktorius Feliksas Petrauskas teigė, kad ši Pašto įstatymo nuostata vis dar yra naujovė ir skundų dėl jos nepaisymo dar nesulaukta. Pašnekovas sakė pastebėjęs, kad gerokai sumažėjo ir bendras skundų dėl reklamos skaičius – kurjeriai bei reklamą organizuojančios bendrovės atkreipia dėmesį į naują įstatymo nuostatą ir patys stengiasi jos laikytis, kad išvengtų galimų nemalonių. Tik nedidelė dalis pernai VVTAT pasiekusių skundų buvo susiję su reklama – apie 1,5 proc. Pagal tuo metu galiojusius įstatymus buvo tirta, ar reklama nėra paslėpta arba klaidinanti, o nepageidaujamos reklamos problemas buvo siūloma spręsti taikiai – tartis su pačiais siuntėjais arba ant pašto dėžučių klijuoti lipdukus, nurodančius, kad reklaminiai lankstinukai nepageidaujami. Skirtumo nepajuto Pasak Lietuvos pašto atstovės spaudai Aurelijos Jonušaitės, naujoji Pašto įstatymo nuostata niekaip nepaveikė nei užsakovų, nei auditorijos. „Tiek įmonės, tiek pavieniai asmenys, nepageidaujantys gauti reklamos paštu, turėjo visas galimybes tai įgyvendinti ir iki sausio 1-osios, remdamiesi Visuomenės informavimo įstatymu ar tiesiog išreikšdami savo nenorą (gauti reklaminių leidinių – red. past.) vietas pašto skyriuose. Nuo Naujųjų metų pradėjome pastebėti daugiau lipdukų ant pašto dėžučių, tačiau tai veikiau tėra pavieniai atvejai o ne masinis reiškinys. Dažnas gyventojas neprieštarauja dėl tokio reklamos būdo, nes tarp lankstinukų galima aptikti ir nuolaidų kuponų ar kitos naudingos informacijos“, – tvirtino A.Jonušaitė. Simonas Bartkus, Lietuvos marketingo asociacijos valdybos pirmininkas, taip pat teigė, kad per daugiau nei tris mėnesius nuo pakeisto įstatymo įsigaliojimo jokių didesnių pokyčių nepastebėta. Vartotojai, anot jo, masiškai nesiima atsakyti reklamos paštu. Tų, kurie pasinaudojo šia galimybe ir išreiškė tokią valią, esą labai mažai ir reklamos rinkai tai poveikio neturi. „Panašiai ir dėl reklamos internete blokavimo – nors tokių vartotojų yra, jų tiek mažai (mažiau nei 1 proc.), kad tai nedaro jokios įtakos nei pateikiant reklamą, nei reklamos bendrovių rezultatams. Manau, ateityje atsisakančių reklaminių žinučių nebus tiek daug, kad tai turėtų svarios įtakos šiam reklamos kanalui. Reguliavimas, žinoma, sveikintinas, tačiau, kaip paaiškėja, vartotojai nėra tokie dideli reklamos priešrinkai, kaip būtų galima pamanyti“ – optimistiškai rinkos pokyčius vertino pašnekovas. Kliūtys ginant teises Nors nei Pašto, nei Reklamos įstatymas nenustato, kaip vartotojas turėtų išreikšti pageidavimą negauti reklamos iš pašto dėžutės, svarbu, kad užrašas ant pašto dėžutės būtų lengvai pastebimas, parašytas aiškiai įskaitomu šriftu. Vartotojai, gavę nepageidaujama maisto reklamą, turėtų kreiptis į Valstybinę maisto ir veterinarijos tarnybą, o dėl nepageidaujamos ne maisto produktų ir paslaugų reklamos – į Valstybinę ne maisto produktų inspekciją prie Ūkio ministerijos. Prašyme ištirti nepageidaujamos reklamos siuntimo atvejį vartotojas turėtų kuo tiksliau aprašyti skundžiamus veiksmus ir su jais susijusias aplinkybes. Prie prašymo reikėtų pridėti visus turimus galimą Reklamos įstatymo pažeidimą pagrindžiančius įrodymus: nurodymą, kad asmuo nepageidauja gauti reklamos, kada tai buvo nurodyta ant pašto dėžutės, gautos nepageidaujamos reklamos pavyzdžius, taip pat gali būti pateikti ginčo šalių ir jų atstovų paaiškinimai, liudytojų parodymai, daiktiniai įrodymai, dokumentai ir kiti rašytiniai, garso bei vaizdo įrodymai. Kad ir kaip būtų, net sugaišus daugybę laiko visiems šioms įrodymams surinkti nustatyto dydžio bauda nebūtinai bus paskirta, jei pažeidimas mažareikšmis, juo nepadaroma esminės žalos įstatymo saugomiems asmenų interesams. VVTAT savo nuožiūra gali taikyti administracinę nuobaudą – įspėjimą. šaltinis: diena.lt



Date created: 2013/03/20-