



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 189 на ЕК от 16.10.2014 (Жалба относно реклама на матраци „ТЕД„ в брошури и листовки – продукт на «ТЕД БЕД» АД)

София, 16.10.2014 г.

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на шестнадесети октомври 2014 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Виолета Манолова
Десислава Димова
Елена Караколева
Жени Павлова
Красимир Папазов
Кристиана Чакърва
Маша Гавраилова
Мехти Меликов

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12530 от 30.09.2014 г. относно реклама на матраци „ТЕД„ в брошури и листовки – продукт на «ТЕД БЕД» АД.

Жалба

На 30.09.2014 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от К.И. от гр. Габрово, относно реклама на матраци „ТЕД„ в брошури и листовки – продукт на «ТЕД БЕД» АД.

На основание чл.12.4 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Председателят на Етичната комисия (ЕК) е определил за докладчик по преписката Красимир Папазов.

В жалбата е цитирана промоция на матраци ТЕД в търговска верига Кауфланд и е направено оплакване с мотив *“подвеждане и заблуждение”*

Жалбоподателят намира рекламното съобщение за смущаващо от гледна точка на целеното според него внушение, че предлаганите на промоционална цена в Кауфланд топ матраци ТЕД са изработени 100% от мемори пяна, докато при направена от жалбоподателя

провека на промоционалните продукти в магазина се оказва, че те са изработени от вата и мемори пяна, което според жалбоподателя променя характеристиките на продукта. Според жалбоподателя името и описанието на продукта в рекламните материали за промоцията не предполагат наличието на други съставни елементи на продукта.

Жалбоподателят не е посочил конкретни нарушения на *Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България*.

Според Етичната комисия конкретните текстове от Етичния кодекс, към които може да се отнесе жалбата са:

- 3.1. Търговската комуникация трябва да бъде изработена по такъв начин, че да не злоупотребява с доверието на потребителите и тяхната липса на опит или познания.
- 3.2. Съответните фактори, които е вероятно да повлияят върху решенията на потребителите, трябва да бъдат комуникирани по такъв начин и в такъв момент, че потребителите да имат възможност да ги вземат предвид.
- Чл. 5.1. Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение
- Чл. 5.2.: Търговската комуникация не може да бъде скрита и да действа на подсъзнателно ниво.
- Чл 5.5.: Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или аудио или визуално представяне, които пряко или косвено, вкл. чрез неверни сведения или чрез изопачаване на факти, съзнателно премълчаване, неточност, двусмисленост, преувеличение и пр. е вероятно да заблудят или подведат потребителя, и по-специално, но не само по отношение на:
 - а) характеристики на продукта, които са от съществено значение, т.е. вероятно е да повлияят върху избора на потребителя, като например: състав, потребителски свойства, количеството, качеството, производителя, продавача; начина, мястото и датата на производство; източника и начина на придобиването или на използването; ефективност и производителност, търговски или географски произход, въздействие върху околната среда и пр.;

Процедура

Жалбата е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 30.09.2014 г. е открита процедура, регистрирана под № 223. На 30.09.2014 г. е поискано становище от ответната страна – «ТЕД БЕД» АД, което постъпва в НСС на 3.10.2014 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от Иван Иванов, пълномощник на „ТЕД БЕД“ АД. В него са направени следните фактически уточнения:

Всеки матрак, както и топ матрак се състои от ядро, прошивка и плат. Топматракът не би могъл да представлява „парче мемори пяна“, тъй като е сложен компонентен продукт. Основен компонент, който дефинира качествата, вида и характеристиките на този продукт е ядрото. То може да бъде от полиуретанова пяна, мемори пяна, латекс или пружини. Ядрото представлява около 80% от всеки матрак или топ матрак. В случая ядрото на топ матрак Термофлекс е 3 см мемори пяна с доказан произход и сертификат. Мемори пяна има от едната страна в прошивката на топ матрак Термофлекс – 1,5 см. Общата височина на мемори пяната става 4,5 см, което е 90% от състава на матрака. Останалата част от продукта Топматрак неизменно е плата (Калъфа/покривката на матрака) и прошивката от другата страна (около 300 гр/м² полиестерни щапелни влакна)

В становището се посочва още, че рекламата отговаря изцяло на продукта. Ответната страна изтъква, че съставът на продукта е точно указан на самия етикет на продукта, от което е видно, че той не съдържа „вата“, поради което фактите и обстоятелствата, посочени в жалбата са несъстоятелни, тъй като е невъзможно при посещение на магазини Кауфланд да се установи твърдяното от жалбоподателя, а именно, че „по-голямата част от обема е заета от вата“. Отбелязва се, че „ТЕД БЕД“ АД е наложен производител с добра репутация, който спазва утвърдените в отрасъла международни стандарти и правила, както и че жалбата очевидно е плод на недобросъвестни конкуренти, които целят да увредят доброто име на компанията и да навредят на успеха на провежданата съвместно с търговска верига Кауфланд кампания.

Посочва се също така, че ответникът не е член на НСС и не познава и не е ангажиран с прилагането на *Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България*.

Решение

Етичната комисия намира жалбата **за неоснователна** по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

При преглед на интернет сайтовете на конкурентни на „ТЕД БЕД“ АД компании, предлагащи подобни продукти (топ матраци) се установи, че в този бранш съставките на рекламирания продукт често са част от описанието или името му. Например произведения от 100% мемори пяна топ матрак Риню на Дормео, топ матрак мемори (матраци класик), Мемори топ матрак Хегра, топ матрак Relax мемори пяна, топ матрак високоеластична пяна (матраци Росмари) и т.н.

Фактическият анализ се основава на анализ на съдържанието на процесната реклама. Жалбата се отнася към информация, представена в брошурата на търговска верига Кауфланд, на сайта на веригата и сайта на ТЕД БЕД АД. В материалите, предмет на жалбата, са представени промоционални продукти на Тед, от серията TermoFlex, които може да се закупят в хипермаркети Kaufland с 50% намаление. Предмет на жалбата е описанието на топ матрак TermoFlex, представен като: Топ матрак от Мемори пяна за допълнителен комфорт в леглото; Подобрява характеристиките на матрака; Практичен и удобен; Плат с анти акарен ефект; 2 години гаранция. Аналогично е и представянето на серията на сайта на ТЕД БЕД АД. Според жалбоподателя, това е и текстът на рекламните брошури, с които НСС не разполага.

Процесната реклама може да се интерпретира като търговска оферта, представяща основни предимства и характеристики на рекламирания продукт.

Етичната Комисия **не намира** основания процесната комуникация да се приеме за неправдива, подвеждаща и въвеждаща в заблуждение. Представената информация по никакъв начин не съдържа твърдения или аудио или визуално представяне, които пряко или косвено, вкл. чрез двусмисленост, преувеличение и пр. да е вероятно да заблудят или подведат потребителя, по отношение на характеристики на продукта, които са от съществено значение за неговия избор.

По отношение на възможностите за нарушение на текстове от Етичния кодекс, Етичната комисия счита, след направения анализ, че не може да се приеме, че има нарушение на изискванията за почтеност. Комисията не счита, че има злоупотреба с доверието на потребителите и тяхната липса на опит и знания. Самото понятие „матрак“, предполага изделие от еластични материали, често покрити с плат. Може да се състои от ватирана или друг вид обвивка, обикновено от тежък плат, която е напълнена с козина, слама, памук, дунапрен, или рамка от метални пружини. Модерните матраци обикновено съдържат вътрешно ядро на пружини или материали като латекс или други гъвкави полиуретанови материали. Средно информираният потребител би трябвало да е наясно, че става дума за съставен продукт, който не представлява монолитен блок от еластичен материал. Още повече, че никъде в процесната реклама не се казва, че продуктът е изработен единствено от мемори пяна. Етичната комисия не счита, че фактори, които е вероятно да повлияят върху решенията на потребителите, не са комуникирани по начин и в момент, така че потребителите да нямат възможност да ги вземат предвид. На сайта на компанията ТЕД БЕД АД, продуктът топ матрак е представен като „5 до 8 см. без пружинни матрачета, допринасящи з амекота и нежно усещане в зависимост от ядрото и платовете, които изберете“, така че е извън съмнение че става дума за съставен продукт, състоящ се от ядро и обвивка, като в конкретния случай очевидно става дума за ядро от мемори пяна.

Етичната комисия оценява търговската комуникация, като отчита познанията, опита и селективната способност на типичния потребител, към когото тя е насочена, както и социални, културни и лингвистични фактори, не може да приеме, че е налице нарушение на *Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България*.

Според Чл. 4.10 от ЕК, фактът, че дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, по принцип не е достатъчна причина за отказ въобще от търговска комуникация за дадения продукт.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия счита, че търговската комуникация не нарушава Етичния кодекс.

Етичната комисия отправя принципна препоръка към всички рекламодатели и рекламни агенции да се възползват активно от възможността за *Copy Advice*, доколкото основната цел на НСС не е санкционна, а превантивна и е насочена не само към своевременно и ефективно отстраняване от пазара на всякакви форми на нарушения, но и към недопускане на такива.

Съгласно чл.17.5. от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, решението с мотивите следва да се изпрати на заинтересованите страни.

Решението подлежи на обжалване при реда и условията на чл.18.1 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:

(п) Румяна Карлова

ПРИЛОЖЕНИЕ:

https://www.kaufland.bg/Nachalo/02_Sortiment/001_Ted/002_Produnktite/index.jsp

Условия на промоцията

Промоционални продукти

K-Classic

Качество и комфорт

Всички промоционални продукти на Тед, които можете да откриете в хипермаркети Kaufland с 50% намаление, са изработени от висококачествени материали, с оглед на здравословната и пълноценна почивка. Дишащи 3D пенти, мемори пяна, антиакарен ефект и 100% памук са само част от характеристиките, които се грижат за комфорта и здравето Ви.

Продуктите на ТЕД

Матрак TetmoFlex

- С дишаща 3D лента за отлична циркулация на въздуха
- Създава добра среда за здравословен сън
- Балансира температурата на тялото
- Подходящ за всички сезони
- Максимално добра опора на тялото
- Мемори пяна за допълнителен комфорт
- Ядро с масажиращ ефект
- Плат с анти акарен ефект
- 5 години гаранция

Възглавница TetmoFlex

- Мемори възглавница с анатомична извивка
- С дишаща 3D лента за отлична циркулация на въздуха
- Облекчава свъщането на врата
- Осигурява правилна опора на врата и главата
- Сваляем и перящ се капъф за по-добра хигиена
- За спокоен и релаксиращ сън

Топ Матрак TetmoFlex

- Топ матрак от Мемори пяна за допълнителен комфорт в леглото
- Подобрява характеристиките на матрака
- Практичен и удобен
- Плат с анти акарен ефект
- 2 години гаранция

Спални комплекти

- 100% памук
- Оeko-тex сертификат
- Пъстри и наситени десени

Електронен бюлетин

Новините удобно по E-Mail

Напред >

Facebook