



## РЕШЕНИЕ

**№ 55 на ЕК от 14.04.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на абонаментен план на Виваком „У дома“)**

*София, 14.04. 2011 година*

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 14 април две хиляди и единадесета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Василиса Младенова  
Емилия Клайн  
Виолета Манолова  
Румяна Карлова  
Мехти Меликов  
Мелания Рашева  
Маргарита Чутуркова  
Нина Владимирова  
Павел Иванов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по Жалба № 102 от 14.01.2011 г. относно телевизионна реклама на абонаментен план на Виваком – „У дома“.

### **Жалба**

На 14.1.2011 г. в НСС постъпва жалба от И.П. от гр. София, регистрирана под № 102, относно телевизионна реклама на абонаментен план „У дома“ на Виваком. В жалбата се казва, че текстът, който тече под линия в рекламния клип е с несъобразен шрифт и се движи много бързо, така че да не може да бъде прочетен от зрителя. Освен това има един момент в клипа, когато цвета на фона става бял и тогава текста не може да бъде прочетен по никакъв начин.

Жалбоподателят не е представил доказателства и не се е позовал на текстове от Етичния кодекс. Жалбата може да бъде отнесена към Чл. 3.3. Когато се предава информация под линия, тя трябва да бъде достатъчно видима, четлива, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид.

## Процедура

Жалбата от И.П. относно телевизионна реклама на абонаментен план „У дома” на Виваком е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 23 януари е открита процедура, регистрирана под № 68. На същата дата е поискано становище от ответната страна – Виваком, но такова не е представено.

## Решение

Етичната комисия намира жалбата от И.П. относно телевизионна реклама на абонаментен план на Виваком „У дома” за основателна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## Мотиви

Етичната комисия счита, че търговската комуникация е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България и по-специално на Чл.3.3. Когато се предава информация под линия, тя трябва да бъде достатъчно видима, четлива, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид.

В тази връзка Етичната комисия отправя следните препоръки по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация:

Препоръки на Националния съвет за саморегулация по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация

Препоръките се отнасят до:

- 1.1. Бележки под линия, съдържащи информация за потребителите;
- 1.2. Пояснителни текстове, изисквани от закон или друг нормативен акт, както и текстове, ограничаващи обхвата на търговското предложение и неговите твърдения.
2. Препоръките са съобразени с възможностите за възприемане на търговската комуникация от страна на средно интелигентния и информиран потребител, който не страда от физически, ментални или друг вид ограничения, затрудняващи обичайното възприятие.
3. Препоръките се отнасят и за бележки, изисквани от закона, освен в случаите в които законът налага специфични уточнения. В тези случаи рекламодателите са длъжни да съобразят търговската комуникация със специфичното секторно законодателство.
4. Общи препоръки:
  - 4.1. Когато се използват текстове под линия те не трябва да пречат на други визуални или текстови елементи, които са част от офертата;
  - 4.2. Текстът под линия не трябва да изопачава информация, дадена от аудио частта на рекламата, която има значение за потребителя и може да повлияе върху неговото поведение;
  - 4.3. Текстът под линия трябва да бъдат четим в обикновени условия на представяне;
  - 4.4. Ако текстът не се движи, той трябва да присъства на екран достатъчно време, за да може да бъде прочетен от потребителя по смисъла на т. 4.2;
  - 4.5. Ако текстът се движи, скоростта му трябва да е съобразена с възможността на потребителя да го прочете по смисъла на т. 4.2.
5. Текстовете следва да бъдат съобразени едновременно със следните изисквания:
  - 5.1. Да са разположени хоризонтално с адекватен размер на буквите;

5.2. В шрифт, който се чете лесно (шрифтът в цялата реклама не е нужно да е един и същ);

5.3. В цвят, който контрастира с цвета на фона;

5.4. С нормални отстояния между буквите.

6. Технически препоръки:

6.1. Размерът на текста се определя от вертикалната му височина, измерена в съотношение с броя на телевизионни линии, които той заема;

6.2. Текстът трябва да бъде с малки букви. Главни букви се използват когато граматическите правила го изискват;

6.3. Текстът се препоръчва да бъде с височина 16 телевизионни линии или повече, но не по-малко от 14 линии. Ако се използва текст с височина 14 или 15 линии, той трябва да е поставен върху непрозрачен едноцветен фон;

6.4. Текстът се препоръчва да тече със скорост не повече от 5 думи в секунда (0.2 секунди на дума);

6.5. За да се изчисли скоростта на скрола, първо следва да се определи общия брой секунди, които биха били необходими за прочит на статичен текст. Движещият се текст следва да се задържи на видимата част на екрана също толкова време като се движи с постоянна и непроменлива скорост;

6.6. Контрастът между текста и фона, що се отнася до цвят и яркост, трябва да позволява текста да се чете;

6.7. Движещият се текст под линия не трябва да започва едновременно със стартиране на самата реклама.

7. В случаите, в които горните правила са трудно приложими или спазването им налага рекламното съобщение да надхвърли обичайната продължителност и/или обем, рекламодателите следва по ясен, точен и недвусмислен начин да укажат за потенциалните потребители както необходимостта от подробно запознаване с условията на предложението, така и начинът, по който това може да стане.

Съгласно чл.17.4. 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.

Срокът за изпълнение на решението на Етичната комисия е 5 работни дни от датата на получаване на решението, освен ако в самото решение не е постановено друго. В посочения срок в Националния съвет за саморегулация следва да се представят доказателства за изпълнение на решението на Етичната комисия.

Решението да се изпрати за сведение на Комисията за пост-мониторинг.

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) Гриша Камбуров

**ПРИЛОЖЕНИЕ:**

няма