



РЕШЕНИЕ

№ 59 на ЕК от 14.04.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на Мобилтел за смартфон Mtel A 100)

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
Мехти Меликов
Жанет Захариева
Мелания Рашева
Маргарита Чутуркова
Нина Владимирова
Павел Иванов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваните от Ели Михайлова преписка по Жалба № 91 от 08.01.2011 г. и Жалба № 135 относно телевизионна реклама Мобилтел за смартфон Mtel, А 100.

Жалба

На 8 януари 2011 г. в НСС постъпва жалба от И. Й.а от гр. Перник, регистрирана под № 91, относно телевизионна реклама на Мобилтел за смартфон Mtel, А 100, определена като подвеждаща и заблуждаваща. В жалбата се казва, че по време на рекламата тече текст, който обяснява условията, при които може да се закупи мобилният телефон, но този текст е с прекалено дребен и неясен шрифт и тече много бързо, така че не може да бъде прочетен.

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.

На 10.2.2011 г. в НСС постъпва аналогична жалба от Б. Л. от гр. София, регистрирана под № 135, относно телевизионна реклама на Мобилтел за смартфон Mtel, А 100. В жалбата се

казва, че рекламата е заблуждаваща и подвеждаща, той като в края на рекламния клип се казва, че таксата за нови абонати е намалена с 50% без да се уточнява, че става дума само за първите два месеца след сключването на договора.

Не са представени доказателства и няма позоваване на текстове от Етичния кодекс. Жалбата може да бъде отнесена към Чл.5.1. Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение.

Процедура

Жалбата от И.Й. и жалбата от Б.Л. относно телевизионна реклама на Мобилтел за смартфон Mtel, A 100 са допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 9.1.2011 г. по жалбата от И.Й. е открита процедура, регистрирана под № 59. На същата дата е поискано становище от ответната страна – Мобилтел АД, което постъпва на 14.1.2011 г.

На 14.2.2011 г. по жалбата на Б.Л. е открита процедура, регистрирана под № 76. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Мобилтел” ЕАД, което постъпва в НСС на 20.2.2011 г..

Становище на ответната страна

В становището се казва, че рекламният телевизионен клип на смарт телефон M-Tel A100 е изработен в съответствие с член 3-ти точка 3 в Общите Правила - “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”. Размерът и скоростта на протичащия под линия текст е напълно съобразен с добрите практики на всички телевизионни медии на българския пазар. Скоростта и размерът на изтичащия текст позволява нормалното му прочитане и възприемане от човешко око. В конкретния случай за още по-добрата четивност на текста са положени и целенасочени допълнителни усилия - предвидена е част от общата екранна площ, предназначено само за изписването на пояснителния текст - то представлява равна черна подложка в долната част на екрана, която стои през цялото времетраене на клипа, а самите букви са изписани с бял цвят. По този начин се постига максимален контраст между текст и фон, чрез което допълнително се улеснява прочитането на текста.

В становището се казва също така, че в изпратеното искане на становище се съдържа изложение на обстоятелствата в регистрираната жалба, според което жалбоподателят твърди, че „рекламата на м-тел с елените”, която върви в момента по всички телевизии, е подвеждаща, защото в края на рекламния клип се казва, че таксата за нови абонати е намалена с 50% без да се уточнява, че става дума само за първите два месеца след сключването на договора.

От изложеното е видно, че се твърди наличие на нарушение по т.5.1 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България („Етичен кодекс”), според която – „Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение”.

Не са представени доказателства и не е предоставена информация, че цитираната жалба съдържа доказателства в нейна подкрепа, съгласно изискванията на т.9.1, буква „г” от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. В случай, че жалбата не отговаря на изискванията на

посочената разпоредба от Етичния кодекс, същата не следва да бъде разглеждана и процедурата следва да бъде прекратена.

На първо място, следва да се има предвид фактът, че от 13.02.2011 година цитираният клип не се излъчва по който и да е телевизионен канал.

На следващо място, констатацията, направена в жалбата не отговаря на истината и не се подкрепя от фактическата обстановка, тъй като в скрола към разглеждания телевизионен клип е посочено, че промоционалната месечна такса важи за определен период според избрания абонаментен план. Абонаментните планове, с които важи промоцията, също са посочени. Телевизионните клипове са с формат, който не позволява посочване на условията на всички абонаментни планове, затова се посочва мястото където е налице тази информация. Скролът е със скорост, която позволява неговото прочитане.

С оглед на всичко гореизложено, твърденията, изложени в жалбата са напълно необосновани и като такива следва да бъдат отхвърлени.

На основание т. 2.4 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България (“Правилника”), да бъде направен отвод на следните членове на Етичната комисия, поради наличие на обстоятелствата по т. 2.2, буква „б” и буква „в” дружеството иска отвод на:

- Жанет Захаријева – поради наличие на обстоятелствата по т.2.2, буква „в” , а именно наличие на обстоятелства, поради които този член на комисията може да се счита за предубеден или заинтересуван пряко или косвено от изхода на преписката. Към момента г-жа Захаријева е Директор по правни въпроси, регулация и конкуренция в БТК АД – дружество, което е конкурент на Мобилтел;

- Румяна Карлова – поради наличие на обстоятелствата по т.2.2, буква „б” от Правилника. Като Управител на Консултантска компания ТРИВИА ЛИГЪЛ АДВАЙС ЕООД има сключен консултантски договор с Мобилтел ЕАД;

- Василиса Младенова - поради наличие на обстоятелствата по т.2.2, буква „в” , а именно наличие на обстоятелства, поради които този член на комисията може да се счита за предубеден или заинтересуван пряко или косвено от изхода на преписката. Към момента г-жа Младенова е Директор клиенти в New Moment New Ideas Group, обслужващата рекламна агенция на БТК АД – дружество, което е конкурент на Мобилтел.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от И.Й. и жалбата от Б.Л. относно телевизионна реклама на смартфон М-Tel A100 за основателни 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.

Етичната комисия обсъди искането на ответната страна за отвод на членовете на комисията – Румяна Карлова, Жанет Захариева и Василиса Младенова. След проведена дискусия и с оглед заявеното желание и на тримата члена на комисията да не участват в обсъждането на преписката, Комисията реши, че основания за отвод са налице само спрямо г-жа Румяна Карлова. По отношение на г-жа Захариева и г-жа Младенова не може да се направи обосновано предположение, че те пряко и/или косвено са заинтересовани от постановяване на определено решение, поради което Етичната комисия отказа да уважи искането на ответната страна в тази му част.

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