



РЕШЕНИЕ

№ 119 на ЕК от 04.10.2012 (Жалба относно търговско съобщение на ЗАД “Виктория” за популяризиране на застраховката “Каско на МПС” през летните месеци)

София, 04.10. 2012 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на четвърти октомври две хиляди и дванадесета година в състав:

Председател: Гриша Камбуров

Членове: Василиса Младенова
Емилия Клайн
Емилиян Арnaudов
Виолета Манолова
Румяна Карлова
Жанет Захариева
Мелания Рашева
Мария Гергова
Деница Сачева
Мехти Меликов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Гриша Камбуров преписка, образувана по Жалба № 283 от 07.08.2012 г. относно търговско съобщение на ЗАД “Виктория” за популяризиране на застраховката “Каско на МПС” през летните месеци.

Жалба

На 7 август 2012 г. в НСС постъпва жалба от Г.Г., регистрирана под № 283, относно търговско съобщение на ЗАД “Виктория” за популяризиране на застраховката “Каско на МПС” през летните месеци.

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 Гриша Камбуров.

В своята жалба жалбоподателят посочва, че рекламното съобщение оставя в него следното впечатление:

1. марките коли, които не са произведени в държавите, посочени в рекламата, са пренебрегнати;

2. Мерцедес и Пежо са най-добрите марки, произвеждани в Германия и Франция.

Жалбоподателят не прави искане за установяване на нарушение на Етичния кодекс – нито твърди, че е налице такава.

Към жалбата няма приложени доказателства.

Процедура

Жалбата от Г.Г. от гр. София относно търговско съобщение на ЗАД “Виктория” за популяризиране на застраховката “Каско на МПС” през летните месеци е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 12 август 2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 146. На същата дата е поискано становище от ответната страна – ЗАД “Виктория”, което пъстпва в НСС на 17 август 2012 г.

Становище на ответната страна

На 17.08.2012 година постпвса писмено становище по откритата процедура от ЗАД “Виктория”, подписано от Жанета Джамбазка, Изпълнителен директор на дружеството.

В становището се прави възражение за допустимостта на постппилата жалба и откритата процедура. Ответната страна твърди, че не би следвало да бъде образувана процедура предвид факта, че лицето – жалбоподател не е заинтересовано такава по смисъла на действащите процесуални норми. Излагат се аргументи, че за да има правен интерес за сезиране на ЕК, жалбоподателят следва да има интерес търговската комуникация, която го засяга, да се преустанови. Посочени са също така аргументи, че жалбоподателят не се легитимира нито като вносител на коли, нито като конкурентно дружество на ответната страна.

Предвид горното дружеството счита, че жалбата следва да бъде оставена без уважение и счита жалбата за необоснована и неоснователна. Излагат аргументи, че търговската комуникация е изготвена изцяло в духа на Етичния кодекс, макар и ЗАД “Виктория” да не член на НСС.

Според становището агенцията – изпълнител “Булса” ООД е пълноправен член на БАКА и като такава не би си позволила да пристъпи нормите на Етичния кодекс. Прави се възражение, че няма няма твърдение за нарушение на Етичния кодекс. Ответната страна твърди, че в търговката комуникация няма твърдение или намек дори, че посочените марки автомобили са единствените в съответните посочени държави. Дадена е статистика, че според МВР най-масовите автомобили са част от немската група такива.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от Г.Г., регистрирана под № 283, относно търговско съобщение на ЗАД “Виктория” за популяризиране на застраховката “Каско на МПС” през летните месеци за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

При извършения служебен преглед се потвърждава изложеното в становището, че търговската комуникация е излъчвана в периода 04.06.2012 година до 28.08.2012 година, като общият брой на излъчванията в периода е бил 162 пъти.

Пълният текст на клипа:

«Двама мъже си говорят:

- Ти знаеш ли как пътуват в Европа?
- Ами знам, германците с Мерцедес, французите с Пежо, румънците с Дачия
- А българите?
- Е, българите са тарикати! Те пътуват със застраховка «Каско», гарантирано от

Виктория!

10 години ЗАД «Виктория» - приятелят до теб!»

Жалбата е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България – съдържа всички изискуеми реквизити и информация.

Вярно е твърдението, че жалбоподателят не твърди, че има нарушение на Етичния кодекс, но същевременно подаването на неговия сигнал в сайта на НСС – чрез попълване на електронната форма и приложимите полета, ясно обективира волята на жалбоподателя да сезира НСС за процесната търговска комуникация и презюмира възможността за наличие на нарушение.

Неоснователни са твърденията на ответната страна, че жалбоподателят не е заинтересовано лице по смисъла на действащото процесуално право, т.е. че не са пряко засегнати или препятствани упражняването на негови законни интереси.

Правилникът за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България и практиката на Етичната комисия до момента дава възможност НСС да бъде сезиран от всяко едно физическо или юридическо лице, което счете, че дадена търговска комуникация нарушава етичните стандарти. По този начин се дава широка възможност за достъп до Етичната комисия и ефективното и ефикасно упражняване на правомощията ѝ. Противното – силното стесняване кръга на лицата, които имат право на сигнал/жалба, би обезсмислило наличието на органи по саморегулация и би затруднило необосновано възможността на прилагане на етичните стандарти.

Предвид гореизложеното, Етичната комисия счита, че жалбата е процесуално допустима – подадена от лице, което има право на такава в изискуемата форма и пред компетентния орган. По същество същата е неоснователна.

Всяка едно дружество извън предвидените в действащата нормативна уредба изключения има правото чрез избран от него начин да представи своите практики и дейности с цел привличане на бъдещи клиенти. Избраните методи и начини следва да отговарят на добрите търговски практики, да съблюдават спазването на здрава конкурентна среда и да не подвеждат бъдещите клиенти.

Въпрос на маркетинг и рекламна стратегия е кой продукт кога и как да бъде представен. В практиката са налице множество примери – за продължаващи кампании, за кампании в точно определен период на търсене и т.н. Общото във всички тях е, че в своето послание рекламодателят се опитва да привлече вниманието върху своя продукт, група от продукти или услуги, като в крайна сметка целта е да спечели доверието на съответния потенциален клиент и той да избере именно неговото предложение.

В конкретния случай рекламодателят е избрал да популяризира за ограничен период от време продукта “Каско на МПС” чрез радио. В избрания клип неизчерпателно е изброил възможности за МПС, които се асоциират с някоя от изброените държави, като никъде в клипа няма фаворизиране на посочените марки. Ирелевантно в този случай се явява търсенето на информация дали кампанията е кобрандирана или съвместна с изброените марки автомобили.

От събраните по преписката доказателства не може да се направи извод, че е налице нарушение на Етичния кодекс – на определен текст от него или на духа на Кодекса (като цяло). Не може да се говори нито за забранена сравнителна реклама, нито за фаворизиране на определени марки и производители.

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) Гриша Камбуров

ПРИЛОЖЕНИЕ:

Няма