



РЕШЕНИЕ

№ 155 на ЕК от 31.10.2013 (Жалба относно телевизионна реклама на потребителски кредит на MMONEY.BG)

София, 31.10.2013 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на тридесет и първи октомври 2013 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Василиса Младенова
Виолета Манолова
Даниела Узунова
Десислава Димова
Калина Петрова
Красимир Папазов
Мария Гергова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов
Петя Стоянова

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12467 от 04.11.2013 г. относно телевизионна реклама на потребителски кредит на MMONEY.BG.

Жалба

На 04.11.2013 г. в НСС постъпва жалба Съвета за електронни медии относно телевизионна реклама на потребителски кредит на MMONEY.BG.

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 Петя Стоянова.

Според постъпилата жалба след извършване на целенасочено наблюдение на рекламите по основните телевизионни канали за периода 15-17.09.2013 е установено, че в рекламата на MMONEY.BG има нарушение в големината и четивността на сервисния текст. Става въпрос за изписване на статичен надпис по време на телевизионната реклама на mmoney.bg. Жалбоподателят акцентира върху невъзможността на потребителя да прочете важна за него

информация, поради малкият шрифт и изписването на текста с бели букви върху тъмно син фон.

Според жалбоподателя има нарушение на чл. 3.3. от Етичния кодекс:

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.

Като доказателство е представен един брой DVD със записи на рекламите за указания период.

Процедура

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

На 04.11.2013 г. е открита процедура, регистрирана под № 188. На 04.11.2013 г. е поискано становище от ответната страна - "Вива Кредит" ЕООД, притежател на марката и продукта mmoney.bg. Суитлайф ЕООД, което постъпва в НСС на 08.11.2013 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от г-жа Драгомира Павлова, Управител на "Вива Кредит" ЕООД, притежател на марката и продукта mmoney.bg. В него се посочва, че сервизният текст в телевизионната реклама за бърз кредит на mmoney.bg е използван шрифт Mugiad pro, с големина 23px, междуредово пространство 28 px и продължителност на текста под линия е 6 сек. Според ответната страна оплакването е несъстоятелно и не е налице нарушение на етичните правила на НСС. Като допълнителни аргументи са посочени продължителността на текста на екран (6 сек. от общо 16 сек ТВ спот), т.е., че повече от 1/3 от време от излъчването на рекламата е на екран, както и това, че тук изобщо не става дума за скрол, а за статичен надпис. В допълнение е упоменато, че спецификата на продукта изисква задължително посещение на клиентите на сайта на компанията, следователно ролята на скрола е основно насочваща към допълнителна информация. Ответникът по процесната реклама акцентира върху факта, че надписът под линия е направен с бели букви на син фон и по този начин е постигната максимална контрастност. Използването на тези цветове са част от изискванията за корпоративната идентичност на марката. Обръща се внимание и на факта, че големината на приемниците, както и използването на функцията "мащабиране на картината" биха били причина за по-лошата видимост на надписа под линия.

Представен е и запис на процесната реклама с отлично качество на картината.

Решение

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

Мотиви

След извършена служебна проверка е установено, че на сайта на mmoney.bg е налична допълнителна детайлна информация за условията на предлаганата услуга – бърз безлихвен кредит. Визуализацията на специфичните условия по безлихвения кредит е направена с червен линк към общите условия на услугата. Това допълнително фокусира вниманието на потребителя върху този изключително важен детайл за него. След направения обстоен преглед на техническите характеристики на рекламата и на базата на предоставеното копие от рекламата с определено по-високо качество е установено съвпадение с декларираните технически параметри от ответника относно препоръчаната и използвана големина на шрифта. Продължителността на рекламата на MMONEY.BG е 16”, като в 5“ (а не 6”) е поставена допълнителната информация за предлаганата услуга след звезда. Конкретната сервизна информация е изключително важна за потребителя, защото пояснява условията за получаване на 0% лихва за бърз кредит от компанията. Това предполага, че тази информация има важна потребителска стойност и не играе ролята на препратка към сайта на услугата. Възприятието на тази информация определено се затруднява от краткото време, от разполагането ѝ на два реда, както и от вида на използвания шрифт. Същият е с много тънка гредна на буквата и поставен върху тъмно синия фон става изключително невидим, т.е. се получава едно “потъване“ на буквата, което допълнително затруднява прочитането на тази информация. Естеството на услугата предполага потребителят да посети сайта на компанията, за да се възползва от нея. Това би помогнало на потребителя да се информира “нарочно” за условията на получаването ѝ. Силната конкуренция на пазара на финансови услуги играе съществена роля при разработването на подобен род кампании. Сложността на тези услуги, многообразието и сходството на офертите, както и наличието на скрити условия в някои от тях предполагат използването на допълнителна информация и достатъчно видимото ѝ комуникиране. Бърз преглед на текущите кампании показва, че повечето рекламодатели, които използват скрол или статичен текст под линия, в своите тв клипове, ги поставят върху специална фаша или едноцветен фон и текстът изтичащ във фашата или фона е с контрастен цвят. Например ако фашата е черна, то текстът в нея е с бял цвят. Този подход подпомага възприятието и даже фокусира вниманието на потребителя, в/у наличието на допълнителни условия или информация.

Етичната комисия счита, че процесната търговска комуникация на mmoney.bg не нарушава чл. 3.3 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, защото са спазени препоръките на НСС за големината на шрифта и междуредовото пространство.

Комисията обаче препоръчва при следващи кампании текстът под черта да се постави върху контрастна с шрифта фаша или използването на по-плътен шрифт с цел фокусиране вниманието на потребителя върху специфичните допълнителни условия за ползване на услугата и улесняване на прочитането му. Според Етичната комисия е допуснато техническо недоглеждане и целта на ответника не е била да въведе потребителя в заблуда.

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

ПРИЛОЖЕНИЯ:

<http://youtu.be/rdru1suQ4uU>